

2018년도 중앙선거방송토론위원회 연구용역 결과보고서

제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 효과분석 연구:

제19대 대통령선거 후보자토론회와의
비교분석을 중심으로



사단법인
한국정치학회 KPSA

제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 효과분석 연구:

제19대 대통령선거 후보자토론회와의 비교분석을 중심으로

이 연구는 2018년도 중앙선거방송토론위원회 연구용역사업으로 수행된 것으로서, 본 연구에서 제시된 의견이나 대안 등은 중앙선거방송토론위원회의 공식의견이 아니라 본 연구진의 개인 의견임.

2018년도 중앙선거방송토론위원회 연구용역 결과보고서

과제명:

제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 효과분석 연구:
제19대 대통령선거 후보자토론회와의 비교분석을 중심으로

사업추진단체: 한국정치학회

연구자:

책임 연구원: 이소영 (대구대학교)

공동 연구원: 이재묵 (한국외국어대학교)

이한수 (아주대학교)

한정택 (연세대학교)

사업기간: 2018. 5. ~ 2018. 8.

제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 효과분석 연구:
제19대 대통령선거 후보자토론회와의 비교분석을 중심으로

2018년도 중앙선거방송토론위원회
연구용역 결과보고서

요 약 문

I. 서론

- 본 연구는 2018년 제7회 전국동시지방선거의 서울시장 선거 및 경기도지사 선거 유권자를 대상으로 인식조사를 실시하여 지방선거 과정에서 실시되고 있는 후보자 토론회의 효과를 분석하고 이를 2017년 제19대 대선의 후보자토론회 효과와 비교 분석한다.
- 후보자토론회는 제3자에 의해 걸러지지 않은 정보를 유권자가 직접 획득하여 후보자를 판단할 수 있게 한다는 점에서 유권자의 투표 결정에 매우 유용한 도구로 작용한다. 후보자의 공약 뿐 아니라 후보자의 능력, 태도, 식견 등 다양한 측면을 유권자가 직접 확인할 수 있기 때문에 선거운동 기간에 핵심적인 역할을 담당한다 하겠다.
- 지난 제19대 대선의 후보자토론회는 매우 중요한 선거 정보의 소스(source)로 작용하면서 역대 가장 많은 유권자들에게 노출된 것으로 조사되었다. 후보자 검증 기간이 상대적으로 짧았던 만큼 후보자에 대한 정보를 획득하고 후보자의 자질을 검증하기 위해 과거 어느 때보다 후보자토론회가 중요한 기제로 활용되었다고 평가된다.
- 제19대 대선 후보자토론회 효과에 대한 경험적 분석 결과, 후보자토론회의 흥미성, 유익성, 공정성 등에 대해 유권자들은 상당히 높은 평가를 내리고 있었으며, 선거에 대한 관심도나 정책에 대한 인지, 후보자의 자질 및 능력 비교 등에 있어 후보자토론회가 상당한 정도의 도움을 주었던 것으로 평가되었다. 또한 2017년 대선에서는 다양한 토론회 방식이 시도되어 토론회 방식에 대한 논의가 본격화되었고 시청자들의 흥미를 제고하는 데에도 일조한 것으로 평가되었다.
- 반면, 대선 후보자토론회 효과분석 결과는 또한 후보자토론회가 개선되어야 할 요인들도 상당 부분 있다는 것을 보여주었다. 특히 토론회의 형식, 진행방식, 토론회 횟수 및 시간 등과 관련한 제도적 문제는 선거과정 전반에 걸쳐 중요한 논쟁적 이슈였으며, 유권자 인식조사 결과도 이들 영역에서 제도적 정비가 필요한 것으로 나타났다.
- 그렇다면 지방선거 과정에서 후보자토론회는 얼마나 제도적으로 정비되어 있으며, 유권자의 관심과 신뢰를 얼마나 얻고 있고, 유권자들의 정치행태에 어느 정도나 영향을 미치고 있을까?

- 지방선거의 후보자토론회는 대통령선거 후보자토론회에 비해 상대적으로 주목을 덜 받는 경향이 있다. 그럼에도 불구하고, 대통령선거에 비해 지방선거는 정보의 소스가 다양하지 못하기 때문에 토론회에 노출된 유권자들에게는 후보자토론회의 역할이 작지 않을 것이라는 예상이 가능하다. 특히 후보자들에 대한 정확한 정보가 없는 유권자나 후보자 결정을 망설이는 부동층 유권자들에게 후보자토론회의 효과는 상당할 것으로 기대된다.
- 그러므로 후보자토론회는 정확한 정보를 바탕으로 유권자들이 후보자 간 비교를 통해 합리적인 선택을 할 수 있도록 제도적으로 잘 디자인될 필요가 있으며, 시청자의 흥미를 유발하며 공정성에 대한 신뢰를 확보할 수 있도록 진행되어야 한다. 또한 가능한 한 많은 유권자들에게 노출될 수 있도록 변화하는 유권자들의 요구를 적절히 반영할 필요가 있다.
- 지방선거 후보자토론회는 대통령선거에 비해 후보자에 대한 정보가 부족한 상황에서 그 중요성이 매우 크다. 따라서 지방선거 후보자토론회의 제도적 측면, 이에 대한 유권자의 관심 및 인식, 그리고 그 실제적인 효과를 객관적으로 분석하여 후보자토론회의 질을 높여 가는 것은 지방선거에서 유권자가 후보자에 대해 제대로 알고 자신의 필요에 부합하는 투표선택을 하기 위한 중요한 요건이다.
- 후보자토론회에 대한 이러한 요구를 바탕으로 본 연구는 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회가 그 요구들을 적절히 반영하였는지, 그리고 유권자의 인식과 태도, 선거참여도 및 후보자 선택에 어떠한 효과를 미쳤는지를 다양한 차원에서 분석해 보고자 한다.
- 제19대 대통령선거 후보자토론회 효과와의 비교가 용이하도록 본 연구는 분석의 대상을 제7회 전국동시지방선거의 서울시장 및 경기도지사 선거 후보자토론회에 국한하며, 이 분석 결과를 대선 후보자토론회의 분석 결과와 비교해 봄으로써 그 장단점을 명확히 파악하여 향후 후보자토론회의 효과를 극대화할 수 있는 방안을 제안해 보고자 한다.

II. 기존 연구 검토

1. 후보자토론회의 제도적 측면

- 1995년 서울시장 선거에서 후보자토론회가 시작된 이래 다양한 후보자토론회 형식이 채택되어 활용되었다. 후보자토론회의 진행방식은 무엇보다도 토론회의 역동성과 흥미성을 제고하여 유권자들의 관심을 끌고 깊이 있는 내용과 질로서 후보자의 자질과 정책을 유권자들에게 제대로 전달할 수 있는 방식이 되어야 한다. 그간 다양한 실험을 계속해 왔고, 그 결과 토론회의 질적 발전이 상당히 이루어져 왔다.
- 하지만 아직은 깊이 있는 토론이 이루어지지 않는다거나, 특정 후보에게 발언이 집중된다거나, 후보자 간 중복질문이 지속된다거나, 유권자 참여가 적절히 이루어지지 않는다거나 정책토론이 부족하고 상호비방이 난무하다는 등 많은 개선점들이 여전히 지적되고 있어 제도적 보완이 필요하다는 데 기존 연구들은 의견을 같이 하고 있다.
- 진행방식과 관련하여, 여론조사 상위 후보자 위주의 토론을 실시할 것인가 아니면 주요 정당 후보자 모두가 참여하는 토론을 실시할 것인가에 대한 논의도 활발히 전개되어 왔다. 기존 분석들에 의하면, 이 문제에 대한 유권자 의견은 해당 선거 시기의 선거 환경의 영향을 크게 받는 것으로 분석되고 있다.
- 사회자 역할은 토론개입형보다는 단순진행역할에 그치는 소극적 역할에 집중되어 왔다. 그 결과 한국의 후보자토론회에서는 사회자의 중립성 문제는 큰 이슈가 되지 않았다. 하지만 지나치게 공정성을 의식한 기계적인 진행방식으로 인하여 후보자 간의 실질적인 정책토론과 자질 검증이 부족하고 흥미가 떨어진다는 비판을 받아 왔다.
- 후보자토론회는 유권자가 후보자에 대해 잘 알 수 있도록 충분한 시간을 가지고 여러 차례 진행될 필요가 있고 또 시청의 접근성이 좋은 시간대에 방영될 필요가 있다. 기존연구에 의하면, 토론회 횟수도 지방선거 후보자토론회에 비해 훨씬 많고 방송도 공직선거법의 규정에 따라 접근성이 높은 시간에 편성되는 대통령선거 후보자토론회에 대해서조차도 유권자들은 그 횟수가 더 많아야 한다는 의견을 보이는 것으로 조사되었다.
- 기존 연구들은 지방선거에서는 유권자의 필요를 충족시킬 수 있을 만큼 충분한 후보자토론회가 개최되지 못하였다는 점을 문제점으로 지적하고 있다. 따라서 토론 횟수의 증가에 대한 유권자들의 요구가 지속될 것으로 보인다.

- 공직선거법의 규정에 따라 황금시간대(오후 8시~11시)에 방영되는 대선 후보자토론회와는 달리, 방송편성권이 중계주관방송사에 있는 지방선거 후보자토론회는 주로 시청률이 낮은 시간대에 편성되는 경향을 보인다. 이는 지방선거 후보자토론회에 대한 접근성을 낮추는 요인이 되고 있는 것으로 평가된다.

2. 후보자토론회에 대한 유권자 인식

- 후보자토론회에 대한 관심: 최근 몇 차례 선거 시기 조사에 따르면, 대선 후보자토론회나 주요 시·도지사선거 후보자토론회에 대한 유권자들의 관심이 상당히 높았던 것으로 나타났다. 지방선거 유권자들은 일반적으로 몇몇 주요 시·도지사선거를 제외하고는 선거에 대한 관심도가 크게 떨어지는 경향을 보이기 때문에 후보자토론회에 대한 관심도 그에 비례하여 낮다고 볼 수 있겠지만, 광역의원이나 기초단체장선거 또는 교육감선거 후보자토론회에 대한 유권자 관심을 분석한 연구는 아직은 없다.
- 후보자토론회의 유용성: 유권자들은 최근의 대선 후보자토론회의 유용성에 대해 높이 평가하는 것으로 조사되었다. 특히 후보자에 대한 정보의 획득과 후보자의 자질을 검증하는 데 유용한 기제로 인식하고 있었다. 하지만 지방선거 유권자들이 후보자토론회의 유용성에 대해 어떻게 인식하고 있는지에 대한 조사결과는 아직은 없어 분석의 필요성이 제기된다.
- 후보자토론회의 공정성: 최근의 조사에 의하면, 유권자들은 대선 후보자토론회에 대해 전반적으로 중립적이고 공정하게 진행되었다고 생각하는 것으로 나타났다. 그러나 기존의 조사에 의하면, 서울시장 선거 후보자토론회보다는 대선 후보자토론회의 공정성을 더 높이 평가하는 경향이 있다.
- 후보자토론회의 흥미성: 전반적으로 유권자들은 대선 후보자토론회가 서울시장 선거 후보자토론회보다 더 흥미롭게 진행되었다고 인식하는 것으로 나타났다. 일반적으로 흥미성은 토론의 생동감 및 역동성과 깊은 관계가 있으므로 토론회의 진행이 공정성을 의식하여 기계적으로 진행될 때 흥미성은 더 떨어지는 경향이 있다.

3. 후보자토론회의 효과

- 심리·인지적 효과: 기존 연구들은 후보자토론회가 후보자에 대한 지식을 전달하는 데 중요한 역할을 한다는 것을 밝혀 왔다. 특히 후보자토론회를 시청한 사람들은 시청 이후 추가 정보를 찾기 위해 더 활발한 활동을 하는 것으로 나타났다. 정보습득 효과에 바탕하여 후보자토론회는 또한 시청자들의 선거에 대한 관심과 정치적 효능감을 상승시키는 효과가 있는 것으로 평가되고 있다.
- 참여 효과: 기존 연구들은 또한 후보자토론회가 유권자들을 투표장으로 나가게 하는 참여 효과가 있음에 주목한다. 특히, 후보자토론회를 시청한 유권자들은 다른 사람들과 선거에 대한 대화를 더 빈번히 하게 되고 이것이 정책관련 지식과 투표 의향 및 후보 지지의견 표명 등 참여 행위에 긍정적으로 영향을 미치게 된다는 연구 결과가 있다.
- 태도 및 선택에 미치는 효과: 기존의 연구들은 후보자토론회의 영향은 기존 태도와 지지후보에 대한 강화효과가 보다 크게 나타나는 것으로 평가하고 있다. 후보자토론회에 대한 관심이 매우 높았던 2017년 대선에서도 기존 후보 지지를 유지한다고 응답한 비율이 거의 70%에 달했고, 그 중 기존 지지후보에 더욱 호감을 갖게 되었다고 응답한 비율이 약 38%에 이르렀다. 그러나 제19대 대선은 후보자토론회 시청 효과가 기존 지지 후보의 강화 효과에만 머무르지 않고 지지후보 변경에도 중요한 영향을 미칠 수 있다는 것을 보여주고 있다.

III. 연구의 내용과 방법

1. 연구의 대상 및 내용

- 본 연구는 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회의 효과를 측정하기 위해 서울시장 선거와 경기도지사 선거 후보자토론회를 대상으로 그 효과를 분석하였다. 이를 위해 후보자토론회의 제도적 측면, 후보자토론회에 대한 유권자의 인식, 그리고 후보자토론회의 효과적 측면으로 나누어 분석하였다.

〈표 1〉 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 효과 분석 연구의 범위

제도적 측면	후보자토론회의 필요성, 토론시간, 횟수, 진행방식, 사회자 역할, 유권자 접근성 및 참여
유권자 인식적 측면	후보자토론회에 대한 관심도 후보자토론회의 흥미성, 유용성, 공정성
효과적 측면	심리·인지효과: 선거관심, 정치적 효능감, 정책인지, 후보자인지 태도효과: 후보자에 대한 호감도 및 비호감도 참여효과: 투표참여 선택효과: 후보자선택

- 제도적 측면에서는 후보자토론회의 필요성, 토론시간, 횟수, 진행방식, 사회자 역할, 토론회에 대한 유권자 참여 방식 등을 중심으로 분석한다. 특히 제도적 측면에서는 후보자토론회의 효과를 극대화할 수 있는 방안을 모색하기 위해 일차적으로 지방선거의 후보자토론회가 어떠한 제도적 장점과 문제점을 가지고 있는지에 초점을 맞추어 분석을 진행한다.
- 유권자 인식 측면에서는 후보자토론회에 대한 유권자들의 인식과 평가를 조사·분석한다. 후보자토론회에 대한 유권자들의 관심 정도를 비롯하여 유권자들이 인식하는 후보자토론회의 흥미도, 유용성 및 공정성에 초점을 맞춘다. 유권자들의 후보자토론회에 대한 긍·부정적 인식은 후보자토론회 자체에 대한 유권자들의 신뢰도에 큰 영향을 미치고 궁극적으로 후보자토론회의 효과에 중대한 영향을 미치는 요인이다.
- 효과적 측면에서는 후보자토론회의 효과를 심리·인지적 효과, 태도효과, 참여효과, 선택효과로 나누어 분석한다. 후보자토론회가 후보자선택 뿐 아니라 선거에 대한 관심, 정치적 효능감, 정책에 대한 인지, 후보자에 대한 인지, 투표참여도, 그리고 후보자에 대한 호감도 및 후보자 선택에 영향을 미치는 정도를 분석함으로써 후보자토론회가 다양한 영역에서 유권자의 정치행태에 영향을 미치는 정도와 방식을 살펴본다.
- 이 세 측면에서의 분석을 통하여 후보자토론회 효과를 종합적으로 파악하며, 이를 제19대 대선 후보자토론회의 효과와 비교 분석한다. 이를 바탕으로 후보자토론회의 효과성 제고를 위한 개선 방안을 모색한다.

2. 조사 방법

- 본 연구는 제7회 전국동시지방선거 중 서울시장과 경기도지사 선거의 후보자토론회 효과를 측정하기 위해 서울시와 경기도의 후보자토론회 전후에 동일한 응답자를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 서울과 경기 지역에 거주하는 만 19세 이상 성인 남녀 중 지방선거 후보자토론회 시청 의향자 2,225명(서울 1,120명, 경기 1,105명)을 대상으로 사전조사를 실시하여 이들 중 60.6%인 1,116명(서울 584명, 경기 532명)이 사후조사에 응답하였다.
- 사전조사의 표본은 성, 연령, 권역별 인구비례 할당 후 마크로밀 엠브레인 패널에서 무작위로 추출하였으며, 사후조사에서는 사전조사에 응답한 응답자 전체를 대상으로 하였다. 본 연구의 패널은 토론회 시청에 동의한 유권자들로 구성되었기 때문에 한국의 평균 유권자들에 비해 정치적인 관심이나 효능감, 정책인지도 등이 상대적으로 높ی 나타날 가능성이 크며, 이는 모집단인 전체 후보자토론회 시청자들에서도 예상된다.

〈표 2〉 후보자토론회 효과 분석 조사설계

사전조사	
조사대상	서울/경기 거주 만 19세 이상 성인 남녀 중 시·도지사선거 후보자토론회 시청 의향자 (마크로밀 엠브레인 인터넷 패널 대상)
표본수	서울: 1,120명 경기: 1,105명
응답률	46.1% (메일 발송 수 20,438 ; 최종 응답 수 2,225)
조사방법	구조화된 설문지를 이용한 온라인 조사
표본추출	성, 연령, 권역별 인구비례 할당 후 마크로밀 엠브레인 패널*에서 무작위 추출*
조사기간	2018년 5월 24~28일
조사기관	마크로밀 엠브레인

사후조사	
조사대상	서울/경기 거주 만 19세 이상 남녀로 사전조사에 참여한 2,225명
표본수	서울: 584명 경기: 532명
응답률	60.6% (메일 발송 수 2,225; 최종 응답 수 1,116)
조사방법	구조화된 설문지를 이용한 온라인 조사
표본추출	사전조사 참여자 전수
조사기간	2018년 6월 14~20일
조사기관	마크로밀 엠브레인

* 마크로밀 엠브레인의 온라인 패널 약 130만 명 중 약 58%(서울과 경기 각각 29%)에 해당하는 약 75만 명 중에서 무작위 추출함. 본 온라인 패널은 남성 42.2%, 여성 57.8%로 구성되어 있으며, 연령별로는 19세 이하 5.8%, 20~29세 35.2%, 30~39세 30.2%, 40~49세 18.7%, 50세 이상 10%로 이루어져 있다. 패널은 자발적 참여 및 out-bound 형태로 모집되며, 패널 전원에 대한 본인확인 및 실명확인 절차를 거쳐 신뢰성을 확보한 패널로 구성된다.

3. 응답자 특성

본 연구의 대상인 사후 설문조사 응답자들의 특성은 <표 3>과 같다.

<표 3> 응답자 특성

		서울 (전체 584명)		경기 (전체 532명)	
		사례수	%	사례수	%
성별	남성	315	53.9	291	54.7
	여성	269	46.1	241	45.3
연령별	19-29세	119	20.4	101	19.0
	30대	119	20.4	111	20.9
	40대	144	24.7	133	25.0
	50대	122	20.9	125	23.5
	60대 이상	80	13.7	62	11.7
후보자토론회 시청 횟수	1회	364	62.3	356	66.9
	2회	220	37.7	176	33.1
선거방송토론회 위원회 주관 후보자토론회 시청 여부	시청 안함	199	34.1	187	35.2
	위원회 주관 토론회만	158	27.1	157	29.5
	둘 다 시청	220	37.7	176	33.1
	모름	7	1.2	12	2.3

		서울 (전체 584명)		경기 (전체 532명)	
		사례수	%	사례수	%
선거기간 정보 습득 매체	TV	268	45.9	223	41.9
	신문	27	4.6	20	3.8
	팟캐스트	1	0.2	1	0.2
	인터넷포털이나 블로그	205	35.1	211	40.0
	SNS	41	7.0	31	5.8
	선거홍보물	41	7.0	43	8.1
	기타	1	0.2	3	0.6
투표 후보 정당별	더불어민주당	366	62.7	338	63.5
	자유한국당	46	7.9	114	21.4
	바른미래당	85	14.6	22	4.1
	정의당	13	2.2	16	3.0
	기타	12	2.1	1	0.2
	모름/무응답	62	10.6	41	7.7
이념 성향별	진보(0~4)	245	42.0	232	43.6
	중도(5)	177	30.3	161	30.3
	보수(6~10)	161	27.6	136	25.6
	모름	1	0.2	3	0.6
최종 학력별	중졸 이하	3	0.5	2	0.4
	고교 졸업	92	15.8	104	19.6
	대학교 졸업	414	70.9	370	69.6
	대학원 이상	75	12.8	56	10.5
고용직 중 현재 고용 상태	정규직	321	85.2	287	84.2
	비정규직	56	14.8	54	15.8
직업별	사무직	240	41.1	201	37.8
	자영업	45	7.7	33	6.2
	판매/서비스	22	3.8	21	4.0
	기능/숙련직	11	1.9	6	1.1
	생산/노무직	8	1.4	15	2.8
	경영/관리직	45	7.7	43	8.1
	전문직	51	8.7	55	10.3
	농/임/어업	0	0	1	0.2

		서울 (전체 584명)		경기 (전체 532명)	
		사례수	%	사례수	%
	학생	46	7.9	40	7.5
	주부	79	13.5	82	15.4
	무직	18	3.1	19	3.6
	기타	19	3.3	16	3.0
가구 월평균 소득	200만 이하	36	6.2	43	8.0
	201-300만원	67	11.5	63	11.8
	301-400만원	100	17.1	84	15.8
	401-500만원	103	17.6	112	21.1
	501-600만원	92	15.8	74	13.9
	601만 이상	182	31.2	148	27.8
	모름	4	0.7	8	1.5
지지 정당별	더불어민주당	284	48.6	304	57.1
	자유한국당	31	5.3	33	6.2
	바른미래당	34	5.8	26	4.9
	민주평화당	3	0.5	0	0
	정의당	37	6.3	24	4.5
	기타	10	1.7	2	0.4
	없음	164	28.1	126	23.7
	모름	21	3.6	17	3.2

4. 분석방법

- 본 연구는 후보자토론회의 제도, 인식, 효과에 대한 종합적인 분석을 위해 두 번의 패널 설문조사 결과를 기반으로 빈도분석, 교차분석, 회귀분석 등을 실시하였다. 빈도분석은 설문조사 결과가 어떠한 분포를 보이고 있는지를 파악하기 위한 것으로서 이를 통하여 유권자들이 기본적으로 후보자토론회에 대해 어떻게 인식하고 있는지를 알 수 있다. 교차분석은 두 문항 간의 상세한 분포를 통해 어떠한 요인이 주요 변인들과 관련을 맺고 있는지를 분석하기 위해 활용된다.
- 이와 더불어, 본 연구는 후보자토론회 효과를 보다 심도 있게 파악하고자 여러 주요 변인들에 대해 회귀분석도 함께 진행하였다. 회귀분석을 통하여 후보자 선택, 후보

자에 대한 호감도, 후보자의 토론에 대한 평가, 후보자토론회의 공정성, 정치적 효능감 등의 종속변수에 대한 후보자토론회 관련 변수들의 영향을 인구학적·사회경제적 변수 및 심리·인지적 변수를 통제한 가운데 분석한다. 종속변수의 선택지가 세 개 이상일 경우에는 다중회귀분석 방법을, 선택지가 두 개인 경우는 필요에 따라 프로빗(probit) 분석, 순서형로짓(ordered logit) 분석 또는 순서형프로빗(ordered probit) 분석 등을 실시하였다.

- 마지막으로, 후보자 선택에 있어서는 다항로짓(multinomial logit)분석을 통하여 후보자토론회가 어떠한 역할을 하였는지를 살펴보았다. 이 분석에서는 서울은 박원순 후보 대비 유권자들이 나머지 각 후보를 선택할 가능성에 대한 후보자토론회의 영향을, 경기도는 이재명 후보 대비 나머지 각 후보자를 선택할 가능성에 대한 후보자토론회의 영향을 살펴보았다.

IV. 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 개최 현황

1. 시·도지사, 교육감 및 구·시·군의 장선거 후보자토론회 개최 현황

- 2018년 제7회 전국동시지방선거에서 시·도 및 구·시·군 선거방송토론위원회가 주관하여 개최된 후보자토론회는 총 358회로 2014년의 353회와 비슷한 횟수를 보였다. 이 중 시·도지사선거 후보자토론회가 23회, 시·도교육감선거 후보자토론회가 21회, 비례대표 시·도의원선거 후보자토론회가 30회, 그리고 구·시·군의 장선거 후보자토론회가 284회 개최되었다.
- 23회의 시·도지사선거 후보자토론회 중, 국회에 5인 이상 소속의원을 가진 정당이 추천한 후보자들로 이루어지는 공직선거법상의 초청대상 후보자토론회는 각 시·도별 1회씩 총 17회 개최되었다.
- 이번 선거에서는 선거방송토론위원회 주관 시·도지사 후보자토론회가 모두 밤 11시 이후에 약 90분~100분 정도 방영되어 유권자들의 접근성이 다소 제한되는 경향이 있었다. 지역별로 1회씩의 초청대상 후보자 토론회가 개최된 교육감선거 역시 시·도지사 후보자토론회와 마찬가지로 밤 11시 이후나 시청률이 낮은 평일 오전 또는 낮 시간대에 대부분 개최되었다.

- 구·시·군의장선거 후보자토론회는 총 284회 개최되었으며, 지역별로 지역케이블 TV가 중계를 한 곳이 많았다. 이렇게 공중파가 아닌 케이블TV를 통해 방영된 결과 유권자들의 접근성이 공중파 채널에 비해 낮기는 하지만 대부분 오후 8시~11시 사이의 황금시간대에 방영되는 이점이 있었다.

2. 서울시장 선거 및 경기도지사 선거 후보자토론회 현황

- 서울시장 선거와 경기도지사 선거에는 서울시선거방송토론위원회와 경기도선거방송토론위원회가 주관한 후보자토론회 1회씩, 그리고 KBS 초청 후보자토론회 1회씩 각각 총 2회씩의 후보자토론회가 열렸다.
- 서울시장 및 경기도지사 선거 후보자토론회 현황은 <표 4>와 같다.

<표 4> 서울시장 선거 및 경기도지사 선거 후보자토론회 현황

시·도	주관	진행방식	사회자	방송일시
서울	서울특별시선거방송토론위원회	①오프닝 ②기조연설 ③사회자 공통질문 ④상호정책검증토론 ⑤맺음말 ⑥클로징	김진수 (KBS 해설국장)	6. 7.(목) 23:15-0:55
	KBS	①오프닝 ②후보자 인사말 ③사회자 공통질문 ④상호정책검증토론 ⑤시민의 질문(영상) ⑥키워드로 후보 알기(나에게 ~란) ⑦시간총량제 자유토론 ⑧맺음말 ⑨클로징	엄경철 (KBS 주간)	5.30.(수) 22:00-24:00
경기	경기도 선거방송토론위원회	①오프닝 ②기조연설 ③상호정책검증토론 ④사회자 공통질문 ⑤주도권토론 ⑥맺음말 ⑦클로징	윤도한 (MBC 논설위원)	6. 5.(화) 23:15-0:55
	KBS	①오프닝 ②후보자 인사말 ③사회자 공통질문 ④상호정책검증토론 ⑤시민의 질문(영상) ⑥키워드로 후보 알기(나에게 ~란) ⑦시간총량제 자유토론 ⑧맺음말 ⑨클로징	엄경철 (KBS 주간)	5.29.(화) 22:00-24:00

- 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회는 사전투표에 참여하는 유권자들을 고려하여 사전투표일 직전에 실시되었으며 시청자들의 접근성이 낮은 밤 늦은 시간에 약 100분간 진행되었다. 반면 방송사가 5월 말에 자체적으로 주관한 후보자토론회는 밤 10시부터 2시간 동안 방영되었다.

- 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회와 방송사 주관 후보자토론회 모두 다양한 토론진행방식을 활용하여 후보자를 다각도로 검증하고자 하는 노력이 엿보인다. 둘 모두 사회자의 공통질문에 대한 개별 후보자의 답변 방식은 최소화한 반면, 후보자 서로 간 토론을 통해 정책을 검증하는 상호정책검증토론과 후보자가 정해진 시간 내 자유롭게 토론을 벌이는 자유토론, 그리고 한 후보가 정해진 시간 내에 주도권을 쥐고 자유롭게 토론을 진행하는 주도권 토론이 전개되었다.
- 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회와 방송사 주관 후보자토론회에서 모두 활용된 상호정책검증토론은 각 후보가 자신의 정책을 발표한 뒤에 상대후보자와 1 대 1로 검증하는 방식으로서 그 논제가 정책공약에 한정되어 있어 토론 과정에서 정책에 초점을 맞출 수 있고 정해진 시간 내에서 답변과 반론 및 재반론이 가능하다는 점에서 긍정적인 평가가 가능하다.

V. 서울시장 및 경기도지사 선거의 후보자토론회 효과 분석

1. 제도적 측면

- 후보자토론회를 시청한 응답자들의 응답을 살펴보면, 선거에 대한 관심과 후보자토론회에 대한 관심이 강하게 연관되어 있었다. 선거 관심도와 후보자토론회 관심도 간의 관계를 검증한 결과, 서울 지역과 경기 지역 모두 선거관심도와 후보자토론회에 대한 관심의 상관관계가 매우 높게 나타났다.

1) 후보자토론회의 필요성, 횟수, 시간

- 사전 설문조사 결과, 응답자들은 후보자토론회의 필요성에 대해 공감하고 있었다. 전체적으로 서울·경기 지역에서 98%에 해당하는 응답자가 후보자토론회가 필요하다고 응답하여, 공직선거 과정에서 후보자토론회가 절실하게 요구되고 있음을 입증하였다.
- 후보자토론회의 횟수는 유권자의 알권리 확보라는 측면에서 볼 때, 후보자토론회를 통한 다양한 정치정보의 획득도 중요하지만, 너무 많은 횟수의 토론회는 공직선거 후보자로 하여금 정책개발 시간까지 박탈할 가능성도 있기 때문에 적절한 횟수는

토론회의 성패를 가늠하는 데 중요한 영향을 미친다.

- 사전조사에서는 후보자토론회 횟수가 충분하다는 응답(서울 67.1%, 경기 71.1%, 전체 69.1%)이 높았으나, 사후조사에서는 후보자토론회 횟수가 부족하다는 응답(서울 54.3%, 경기 62.6%, 전체 58.2%)이 높게 나타났다. 특히, 후보자토론회를 시청하였다는 응답자들만을 대상으로 한 사후조사 결과, 응답자들은 대부분 후보자토론회의 횟수가 부족하였다고 답했다.
- 한편 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회를 시청한 응답자들의 경우 선거방송토론회 주관 토론회 횟수에 대해 ‘부족하다’는 의견이 상대적으로 많았다. 서울 지역의 경우 57.9%, 경기 지역의 경우 53.1%, 전체적으로 55.6%의 응답자들이 선거방송토론회 주관 토론회 횟수의 확대가 필요하다고 응답하였다.
- 적절한 후보자토론회 횟수에 대한 사전/사후조사 결과, 서울과 경기 지역 응답자 공히 사전조사에서는 5회, 사후조사에서는 3회가 적당하다는 의견이 가장 높은 응답률을 기록하였다.
- 서울시장 및 경기도지사 후보자토론회를 시청한 응답자 1,116명 가운데, 34.6%는 방송사 주관 후보자토론회만 시청하였다고 응답하였으며, 28.2%는 선거방송토론위원회 주관 토론회만 시청하였다고 응답하였다. 전체 응답자의 3분의 1을 상회하는 35.5%는 방송사 주관 후보자토론회와 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회를 모두 시청한 것으로 나타났다.
- 후보자토론회를 어느 매체를 통해 시청하였느냐를 묻는 질문에 대하여, 전체 응답자의 86.4%는 ‘지상파 TV(KBS, MBC, SBS 등)’라고 응답하였다. 다음으로 ‘포털 사이트(네이버, 다음 등)에서 제공하는 실시간 방송’이라는 응답이 6.3%였으며, ‘유튜브나 페이스북 등 SNS를 통한 실시간 방송’이라는 응답이 6.1%를 차지하였다.
- 여론조사 결과, 전체 응답자 가운데 37.9%는 후보자토론회의 ‘시간을 더 늘려야 한다’라고 응답하였다. ‘현행대로 유지해야 한다’는 의견은 전체 응답자 가운데 57.5%였으며, 시간을 더 줄여야 한다는 의견은 3.0%에 그쳤다. 전체적으로 선거관심도 여부와 무관하게 현행대로 유지해야 한다는 의견이 가장 많았고, 다음으로 시간을 더 늘려야 한다는 의견이 많았다.

2) 후보자토론회 진행 방식

- 후보자토론회에 참석하는 후보자 수와 관련하여 전체 응답자들 가운데 39.9%는 ‘여

론조사 상위권 후보 위주의 토론회’를 선호한다고 응답하였다. 반면 ‘주요 정당 후보 모두 참여하는 토론회’를 선호한다는 응답은 전체 응답자 가운데 59.1%를 차지하여, 본 연구의 설문조사에 응답한 유권자들은 주요 정당 후보 모두 참여하는 후보자토론회를 선호하였다.

- 선호하는 후보자토론회의 유형과 관련해서, 전체 응답자의 46.0%는 ‘일반 유권자들과 질문을 주고받는 토론회’라고 응답하였다. 응답자들의 절반에 가까운 수가 유권자의 질문에 후보자가 답변하는 방식을 선호한다고 응답하여, 후보자토론회에 유권자들의 참여가 가능한 방식을 선호하였다. 다음으로 ‘후보자들끼리 질문과 답변을 주고받는 방식’을 선호하는 유권자가 23.5%, ‘전문가들과 질문을 주고받는 방식’을 선호하는 유권자가 16.7%, ‘사회자와 질문을 주고받는 방식’을 선호하는 유권자는 13.8%에 그쳤다.
- 한편 유권자들은 후보자토론회 형식으로 일대일 정책검증 형식에 대해 대체로 만족한다는 의사를 표시했다.
- 후보자토론회에서 사회자의 역할과 관련하여 사후조사 결과 전체 응답자의 57.0%는 ‘토론과정에 적당히 개입하면서 역할을 적절히 수행했다’고 평가했다. 과반이 넘는 응답자들이 후보자토론회에서 사회자가 역할을 적절히 수행했다고 평가하였다. 사후조사 결과 전체 응답자 중 43.8%가 사회자의 ‘소극적 개입’ 역할을 강조하였다. 사회자의 ‘적극적 개입’이 필요하다는 의견은 35.1%, ‘단순 진행’ 역할이 필요하다는 의견은 20.7%로 사전조사에 비하여 감소하였다.
- 응답자들은 후보자토론회 과정에서 유권자의 참여를 증진하기 위하여 ‘사전에 유권자 질문사항을 조사한 후 후보자에게 질의’하는 방식을 선호한다고 응답하였다. ‘토론회 방청객이 후보자에게 질문’하는 방식에 선호한다는 응답은 28.4%, ‘SNS를 통한 실시간 참여’ 방식에 선호한다는 응답은 22.5%, ‘토론회 중간에 즉석 전화 통화’ 방식에 선호한다는 응답은 11.4%로 나타났다.

2. 유권자 인식적 측면

1) 후보자토론회에 대한 관심과 투표참여

- 분석 결과, 이번 선거에서 후보자토론회에 대한 관심은 94.9%로 높게 나타났으며, 특히 후보자토론회에 대한 관심도가 유권자들의 투표참여와 상당한 연관성을 갖는

것으로 나타났다.

- 경험적 분석에 따르면, 후보자토론회를 관심 있게 시청한 1,052명 중 실제 투표에 참여하였다고 응답한 인원은 1,028명으로 조사되었는데, 후보자토론회에 대한 관심 정도와 투표여부 사이의 연관성을 분석한 결과, 후보자토론회에 대한 관심과 투표참여율 간에는 유의미한 양의 관계가 존재하는 것으로 나타났다.
- 후보자토론회에 대한 관심도와 통계적으로 유의미한 관계를 보이는 응답자의 사회인구학적/정치적 특성은 연령, 직업, 그리고 지지정당으로 나타난 반면, 학력과 성별 변수는 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 한편, 연령 그룹 중에서는 30대가 후보자토론회에 대한 관심이 가장 높게 나타났으며, 가장 낮은 관심도를 보인 연령대는 60대와 20대 순이었다. 직업에 있어서 가장 높은 관심을 보인 집단은 생산/노무직에 종사하는 이들이었으며, 가장 적은 관심을 보인 집단은 무직자와 기타 직종에 종사하는 이들 순으로 나타났다.
- 지지정당을 중심으로 토론회에 대한 관심도를 살펴보자면, 당파 별로 큰 차이는 발견되지 않으나, 자유한국당 지지자들이 가장 높은 후보자토론회 관심도를 보였고 그 뒤로 바른미래당, 더불어민주당 지지자 순으로 나타났다. 무당파에 가까운 지지정당이 없는 경우와 기타 정당 지지자들 순으로 토론회에 대한 관심도가 낮게 나타났다.

2) 후보자토론회의 후보자 검증과 선거정보의 유용성

- 제7회 전국동시지방선거에서 후보자 선택 시 최우선적으로 고려하는 사항에 대해 질의한 문항을 살펴보면, 응답자 1,116명 중 589명(52.8%)가 정책 및 공약을 선택하였고, 이어서 후보자의 능력을 197명(17.7%)이 주요 고려사항으로 선택하였다.
- 응답자들은 지방선거 후보자토론회에서 후보자의 자질이 가장 잘 검증되었으며(51.4%), 그 다음으로 정책(18.4%)을 꼽았다. 그러나 검증된 영역이 없다고 응답한 경우가 전체의 16.8% 이르렀다.
- 이번 지방선거에서 후보자토론회는 유권자들의 선택에 있어서 주요하게 영향을 미칠 것으로 기대되는 정책 및 자질 능력 그리고 도덕성 등을 평가하는데 일정 정도 기여하였으나, 향후 지방선거 후보자토론회 준비에 있어서 유권자들에게 보다 양질의 정보 제공 기능을 충족시키기 위해 개선의 여지가 여전히 존재함을 확인시켜 준 것이다.

- 정보획득 경로로서의 후보자토론회 효과성에 대한 분석 결과, 후보자토론회가 다른 정보매체에 비해 정보제공자로서 ‘유익했다’고 응답한 것은 전체 1,116명 중 732명(65.6%)이었으며, ‘유익하지 않았다’는 응답은 367명(32.9%)으로 나타났다.
- 응답자들은 동일 조사에서 정보전달자로서 후보자토론회의 효과성을 조금 낮게 평가하기는 하였지만 다른 매체들과 비교해 후보자토론회의 상대적 유용성은 비교적 높게 평가하고 있다는 점에서 본 분석 결과는 토론회가 향후 제도적으로 개선할 여지는 존재하지만, 선거정보를 제공하는 긍정적 역할을 여전히 수행하는 매체라는 점은 분명히 인식하고 있음을 확인할 수 있었다.
- 응답자의 사회인구학적·정치적 특성과 후보자토론회의 유용성 인식 사이의 관계를 분석한 결과, 성별, 연령, 학력, 직업 등의 사회인구학적 특성은 유용성 인식과 통계적으로 유의미한 결과를 보여주지 않았지만, 다만 응답자의 자산 수준과 지지정당 변수만이 선거 정보 유용성 인식과 유의미한 연관성을 나타냈다.

3) 후보자토론회의 흥미성과 공정성

- 분석에 따르면, 사전조사에서는 응답자의 약 57%가 지금까지의 지방선거 후보자토론회가 흥미롭게 진행되었다고 평가한 반면, 약 41% 정도는 흥미롭지 않았다고 응답하였다. 사후조사에서는 응답자들의 약 57%가 이번 후보자토론회가 흥미롭게 진행되었다고 응답하였고, 흥미롭지 않았다는 응답은 42.8%로 나타났다. 흥미롭지 않았다는 응답이 약 3% 증가하였지만 흥미롭게 시청했다는 비율은 사전조사와 크게 다르지 않았다.
- 유권자의 사회인구학적·정치적 특성과 후보자토론회의 흥미성에 대한 인식 간의 관계를 살펴보면, 직업과 지지정당 변수만이 후보자토론회에 대한 흥미성과 통계적으로 유의미한 연관성을 가지는 것으로 나타났다.
- 직업에 있어서는 조사 참가자수가 1명에 그친 농/임/어업의 종사자들을 제외하고, 기능/숙련직에 종사하는 이들이 토론회가 흥미롭게 진행되었다고 응답비율이 상대적으로 높았으며, 다음으로 사무직, 생산/노무직 순으로 토론회가 흥미롭다고 평가하는 비율이 높았다.
- 지지정당의 측면에서는 자유한국당을 지지하는 응답자들이 후보자토론회가 흥미로웠다고 응답한 비율이 가장 높았으며, 더불어민주당이 그 뒤를 이었고, 민주평화당 지지자들이 후보자토론회가 흥미롭다고 응답한 비율이 가장 낮았다.

- 후보자토론회의 유권자들의 공정성 평가를 분석해 본 결과, 먼저, 사전조사에서 응답자들은 대개 과거 후보자토론회가 공정하게 진행되었다고 평가하고 있는 것으로 나타났다(70.5%). 반면에 그것이 지금까지 공정하게 진행되지 않았다고 응답한 비율은 23.9%였다.
- 사후조사에서도 응답자들 중 72.1%가 이번 지방선거 후보자토론회가 공정하게 진행되었다고 평가하였다. 사후조사에서 이번 지방선거 후보자토론회가 공정하게 진행되지 않았다고 응답한 비율은 24.9%였고 이 결과는 사전조사와 크게 차이가 나지 않았다.
- 결과적으로, 이번 지방선거 후보자 토론회에 대해서 유권자들은 그들이 본래 갖고 있던 기대에 견주어 본다면, 사전 기대 수준과 비슷하거나 조금 나은 수준에서 공정하게 진행되었다고 인식하는 것으로 나타났다.
- 후보자토론회에 대한 공정성 평가를 유권자들의 사회인구학적·정치적 특성으로 나누어 살펴보면, 성별과 학력, 지지정당은 공정성 인식과 통계적으로 유의한 관계가 있는 것으로 나타난 반면에 연령과 직업은 유의미한 연관성을 갖지 않는 것으로 나타났다.
- 분석에 따르면, 성별에 있어서는 여성보다 남성이 후보자토론회가 공정하게 진행되었다고 응답한 비율이 높았으며, 학력에서는 다른 학력 그룹과 비교해 고등학교 졸업이라고 응답한 유권자들이 공정하다고 응답한 비율이 가장 낮게 나타났다.
- 지지정당에 따른 공정성 인식의 경우 다른 정당지지자들과 비교해 바른미래당을 지지한다고 응답한 이들의 후보자 토론회가 공정하게 진행되지 않았다고 응답한 비율이 상대적으로 높게 관측되었다.
- 한편, 회귀분석에 따르면, 과거의 후보자토론회가 공정하게 진행되었다고 평가한 사람일수록 이번 후보자토론회 역시 긍정적으로 평가하는 경향이 있는 것으로 나타났다.

3. 효과적 측면

1) 토론회 평가

- 후보자 검증 관련 후보자토론회 평가에서 후보자 자질 비교에 도움이 되었다는 의견은 약 74%(서울), 69%(경기)로 도움이 되지 않았다는 의견 약 6%(서울), 11%(경

기)에 비해 더 높았다. 정책공약 비교와 정책수행능력 비교에서도 과반 이상의 유권자들이 긍정적인 평가를 하였다.

- 유권자들의 공약 인지도에 대한 자기 평가에 따르면, 서울시민의 약 90%, 경기도민의 약 91%가 공약을 알고 있다고 답했다. 공약 인지도에 대한 자기 평가와 방송토론 시청 횟수나 선거방송토론 관심 시청과의 긍정적 상관관계는 약하게나마 존재하는 것으로 나타났다.
- 쟁점이나 정책 관련 정보 습득에 관해서는 서울시민의 약 66%, 경기도민의 약 62%가 방송토론 시청이 도움이 되었다고 평가했다. 정보 습득에 대한 자기 평가와 방송토론 시청 횟수나 관심 시청과의 긍정적 상관관계 역시 통계적으로 유의미하게 나타났다. 선거 쟁점 정보 습득의 효과성과 관련한 서울시민들의 평가를 살펴보면, 약 71%가 긍정적인 답변을 했고, 경기도민들은 약 57%가 긍정적인 평가를 했다. 선거 쟁점 정보 습득의 효과성과 방송토론 시청 횟수나 관심 시청과의 상관관계는 긍정적인 방향이었으며, 통계적으로 유의미하였다.
- 후보자토론회를 통한 후보자들의 능력과 자질 비교에 있어, 서울시민들 중 약 52%, 경기도민들 중 약 51%는 후보자토론회를 통해 후보자 자질 검증이 가장 잘 이루어졌다고 응답했다. 반면, 검증이 가장 약하게 이루어진 영역은 후보자의 능력이었던 것으로 조사되었다. 서울시민들의 경우 약 13%, 경기도민들의 경우 약 12%만이 후보자토론회에서 후보자의 능력이 가장 잘 검증되었다고 응답했다. 검증된 영역이 없다고 응답한 시민들도 서울시 약 12%, 경기도 약 21%이었다.
- 후보자토론회의 정책검증 효과면에서 서울시민과 경기도민 간의 두드러지는 차이는 없는 듯하다. 다만, 정책검증 효과가 경기도지사 선거 후보자토론회에서 상대적으로 낮게 평가되었으며, 검증된 영역이 없다는 응답도 경기도민에게서 상대적으로 높게 나타났다.
- 전반적으로 보았을 때, 후보자토론회를 더 빈번하게 시청하거나 관심을 가지고 시청한 유권자들일수록 검증된 영역이 없다고 응답할 가능성이 줄어드는 경향이 관찰되었다.

2) 후보자토론회와 시민 참여 (civic engagement)

- 선거관심도에 관한 유권자들의 평가를 살펴보면, 서울시민의 약 65%, 경기도민의 약 63%가 후보자토론회 시청 후 선거에 대한 관심이 증가했다고 답했다. 관심이 오히려 낮아졌다고 응답한 비율은 서울시민들 사이에서 약 2%, 경기도민들 사이에서

약 5% 정도였다. 변화가 없었다는 비율은 두 지역 모두 약 32~33% 수준이었다.

- 선거에 대한 관심이 증가했다는 평가는 후보자토론회를 좀 더 빈번하게, 관심 있게 시청할수록 증가하는 양상이었다. 후보자토론회 시청 후 주변 사람들과 대화 빈도와 관련하여, 서울시민의 약 60%, 경기도민의 약 62%가 후보자토론회에 대한 대화를 조금 했다고 응답하였다. 별로 대화하지 않았거나 전혀 대화하지 않았다는 응답은 약 22~26%로 상대적으로 낮다. 후보자토론회를 빈번하게 시청하고 관심을 가지고 시청한 유권자들일수록 주변사람들과의 대화도 더 자주 했다고 평가하는 경향이 있었다.
- 후보자토론회 시청이 유권자들의 선거 참여나 권력에 대한 생각에 어떻게 영향을 미치는가를 회귀분석을 통해 검토한 결과에 따르면, 투표의 중요성 인식은 방송토론 시청 횟수가 증가할수록 긍정적인 방향으로 변화하는 양상이 경기도민들 사이에서 관찰되었다. 서울시민들 사이에서는 관심 시청 변수가 통계적으로 유의미하게, 긍정적인 방향의 영향력을 보였다. 권력의 중요성 인식에 대한 방송토론 시청 변수들의 영향력은 통계적으로 유의미하지 않게 나타났다.

3) 후보자 토론 평가 및 지지에 미친 영향

- 설문조사 결과에 따르면, 약 62%의 서울시민들과 약 60%의 경기도민들이 후보자토론회 시청이 후보자 선택에 영향을 미쳤다고 평가했다. 서울시민들의 경우 약 33%, 경기도민들의 경우 약 24%가 지지하던 후보에 대한 호감이 증가했다고 평가했다. 후보자토론회 시청 후 지지 후보가 바뀌었다는 시민들은 약 11-17% 정도로 나타난 반면, 영향력이 없었다는 평가는 서울시민들 중 45%, 경기도민들 중 약 51%이었다.
- 토론 평가에서는 박원순(약 52%)과 이재명(약 43%) 후보가 가장 높은 지지를 받았다. 가장 낮은 평가를 받은 후보는 김문수(약 8%), 이홍우(약 6%) 후보이다. 반면, 약 20%가 넘는 설문 참여자들이 누가 더 토론을 잘했는지 모르겠다고 응답했다.
- 후보자 토론 평가에 대한 회귀분석 결과를 살펴보면, 서울시민들을 대상으로 한 분석과 경기도민을 대상으로 한 분석은 사뭇 다른 결과를 보인다. 회귀분석 결과에 따르면, 후보자토론회를 한 번 더 시청한 유권자들일수록 토론을 잘한 후보가 없다고 말한 집단에 비해 이재명과 남경필 후보가 토론을 잘했다고 평가할 가능성이 약 1.76배 정도 더 높은 것으로 나타났다. 이홍우 후보의 경우 이 수치는 대략 4배까지 상승한다. 하지만 후보자토론회 시청 횟수가 이재명 후보 대비 남경필 후보의 토

론 평가에는 유의미한 영향력을 보이지 않았다.

- 종속 변수로 서울시민들의 후보자 선택을 상정하여 회귀분석한 결과에 따르면, 후보자토론회 시청 횟수나 관심 시청 변수들은 후보자 선택에 유의미한 영향을 미치지 않았다.
- 경기도민들의 후보자 선택을 종속 변수로 한 경우, 이재명 후보 대비 남경필 후보 선택의 경우 후보자토론회를 한 번 더 시청할수록 남경필 후보에게 투표할 가능성이 감소하는 것으로 나타났다. 마찬가지로 이재명 후보 대비 기타 후보에게 투표할 가능성도 줄어들었다.
- 관심 시청 변수는 서울시민과 경기도민을 대상으로 한 분석 모두 후보자 선택에는 유의미한 영향을 미치지 않았다.
- 종속변수를 후보자에 대한 호감도일 경우, 박원순 후보의 호감도가 관심 시청 변수에 의해 통계적으로 유의미하게 설명된다. 김종민 후보의 경우 시청 횟수가 증가할수록 호감도가 증가하였다.
- 경기도의 경우, 후보자토론회를 관심 있게 시청하였다고 응답한 경기도민들 사이에서 이재명 후보에 대한 호감도가 유의미하게 증가하는 경향이 발견되었다. 반면, 김영환 후보에 대한 호감도는 후보자토론회를 관심 있게 시청한 유권자들 사이에서 오히려 감소하였다.

VI. 제19대 후보자토론회 효과와의 비교

1. 제도적 측면

- 제7회 전국동시지방선거 서울시장과 경기도지사 선거의 후보자토론회 관련 설문조사 결과를 제19대 대통령선거와 비교해보면, 유권자들의 선거 관심도는 여전히 높았다. 아울러 본 연구의 주제인 후보자토론회와 관련해서 비교해보면, 유권자들의 선거 관심도는 후보자토론회에 관한 관심도로 정확하게 반영되었다. 선거에 관한 관심도가 높은 유권자들은 공식선거과정에 주요 구성요소로 자리매김한 후보자토론회에 대한 관심도 역시 높았다.

- 후보자토론회의 필요성에 관하여 필요하다는 응답이 제19대 대선에서의 93.2%, 제7회 지방선거에서는 98.0%를 차지하였다. 공직선거 과정에서 후보자토론회가 유권자의 알권리 충족과 후보자의 정책 및 공약을 홍보하는 기능과 역할이 어느 정도 자리 잡았다는 사실을 입증하는 결과라 하겠다.
- 후보자토론의 횟수에 관한 논의에서, 제19대 대선 과정에서는 충분하다는 의견이 많았으나, 제7회 전국동시지방선거의 경우 서울과 경기에서는 부족했다는 의견이 상대적으로 많았다. 이는 시·도지사선거의 경우 후보자토론회의 절대적인 횟수 자체가 부족하기 때문에 나타나는 결과일 것이다.
- 후보자토론회 시간과 관련해서는 사후조사 결과 제19대 대선과 제7회 지선 모두 후보자토론회의 시간을 늘려야 한다는 응답이 줄여야 한다는 응답보다 높게 나타났다. 물론 현행대로 유지해야 한다는 의견이 두 선거 모두에서 과반이 넘는 응답률을 기록했지만, 만일 현행 후보자토론회 시간을 변경해야 한다면 늘려야 한다는 의견인 것으로 파악된다.
- 후보자토론회에 참석하는 후보자 수를 제한하는 방식과 관련해서는, 제19대 대선과 제7회 지선 모두 ‘여론조사 상위 후보 위주’보다는 ‘주요 정당 후보 모두 참여’하는 방식에 대한 선호가 높게 나타났다.

2. 유권자 인식적 측면

- 이번 지방선거에 대한 유권자들의 관심은 결코 지난 2017년 대선과 대비해 낮다고 할 수 없었다. 특히 후보자토론회를 시청한 유권자들을 대상으로 조사한 사후조사 기준으로 지난 대선 당시 선거에 관심이 있다고 대답한 응답자 비율이 94.1%였는데, 이번 지방 선거에서도 응답자들의 선거관심도는 94.9%에 육박했다.
- 투표 의향을 묻는 사전조사 문항에 대한 응답결과에서도 마찬가지로 이번 지방 선거에 대한 높은 관심도가 재확인되었다. 지난 19대 대선 사전조사에서 투표하겠다고 응답한 조사자 비율이 97.2%였는데, 이번 지방선거에서는 이보다 높은 98.8%의 조사 참가자들이 이번 지방선거에서 투표하겠다고 응답하였다.
- 한편, 이번 지방선거 후보자토론회에 대한 유권자 관심도는 2017년 대통령선거 후보자토론회와 비교해 전반적으로 비슷한 수준을 보여 주었으며, 유용성 측면에서 이번 지방선거 후보자토론회가 타 정보매체와 비교해 유용했다고 응답한 비율은 동

일 문항에 대한 2017년 대선에서의 응답자 비율인 82.7%에 비해 약 17% 포인트 감소한 65.6%를 기록했다.

- 그리고 이번 지방선거 후보자토론회에 대한 유권자들의 흥미성은 지난 2017년 대선에 비해 다소 하락한 것으로 조사되었고, 마지막으로 이번 지방선거 토론회의 공정성에 대한 인식은 지난 대선 후보자토론회의 공정성 측면에서의 긍정적 평가 비율(78.4%)에 비해 다소 감소(72.1%)한 것으로 조사되었다,

3. 효과적 측면

- 제19대 대선과 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 시청 효과를 비교하면, 후보자토론회 시청이 후보자의 자질, 정책공약, 정책수행능력 비교에 도움이 되지 않았다는 비율은 모든 영역에서 경기도, 대선, 서울시 순으로 높게 나타났다. 도움이 되었다는 응답 비율은 서울시와 대선이 상대적으로 높은 반면, 경기도가 모든 영역에서 가장 낮게 나타났다.
- 공약 인지도를 비교해보면, '잘 알고 있다'고 응답한 시민들의 비율이 선거를 가리지 않고 약 14%로 비슷하게 나타났다. '조금 알고 있다'는 대선에서 약 3% 정도 낮게 나타났다. '잘 모른다'고 응답한 비율도 경기도가 약 1% 낮을 뿐 큰 차이를 있다고 보기는 힘들다.
- 쟁점 정보 습득과 관련해서는 대선 당시 유권자들의 평가가 더 긍정적이었다. 지난 대선에서 후보자토론회 시청이 정보를 얻는데 효과적이었다고 응답한 비율이 약 75% 정도였던 것에 비해, 서울시민들의 긍정적인 답변의 비율은 약 71%, 경기도민들의 경우 약 57%였다.
- 정보 습득이나 후보자 비교 등 여러 측면에서 경기도지사 선거 후보자토론회의 효과성에 대한 평가는 상대적으로 낮았다.
- 후보자토론회를 시청한 후 선거에 대한 관심이 높아졌다고 응답한 유권자들의 비율은 서울시가 약 65%, 경기도가 약 63%로 대선 당시의 약 85%에 비해 상당히 낮아졌다.
- 후보자토론회 시청 후 주변 사람들과 선거에 대한 대화를 '매우 많이 했다'는 응답 비율은 서울시나 경기도에 비해 지난 대선 당시 응답이 두 배 이상 더 높았다.

- 후보자토론회 시청이 후보자 선택에 미치는 영향력 평가를 살펴보면, 영향을 미쳤다는 비율이 대선에서 약 68% 정도인 것에 비해 서울시와 경기도는 약 62% 정도로 나타났다. 후보자토론회 시청이 후보자 선택에 미치는 영향력에 대한 평가를 좀 더 상세하게 살펴보면, ‘지지 후보자에 대한 호감 증가’가 대선에서 더 높은 것을 알 수 있다. 이와 대비되는 ‘지지 후보의 변화’ 역시 대선에서 더 높게 나타난 것을 확인할 수 있다.
- 후보자토론회 이전에 조사한 유권자들의 후보자 지지가 후보자토론회 시청 후 토론 평가에 긍정적인 영향을 미쳤다는 것이 대선 분석 보고서에서도 관찰되었다. 물론 토론을 잘했다고 평가한 후보자에게 투표하는 경향도 모든 선거에서 유사하게 관찰된다.
- 후보자 선택과 관련해서도 후보자토론회 시청이 후보자 선택에 미친 영향력은 대선과 지선에서 모두 지지하는 후보에 따라 다르게 나타나고 있다. 19대 대선 보고서에 따르면, 후보자토론회 시청 횟수가 문재인과 홍준표 사이의 결정에는 유의미한 영향을 미쳤지만, 문재인 후보와 안철수 후보 사이의 선택에는 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다.
- 이번 선거에서도 시청 횟수가 후보자 선택에 미친 영향력은 경기도지사 선거에서 이재명 후보와 남경필 후보, 이재명 후보와 기타후보자 사이의 선택에서만 유의미하게 관찰되었다. 이 결과는 일반적으로 후보자토론회 시청이 후보자 선택에 영향을 미친다기보다 그 영향이 제한적이라는 해석을 가능하게 한다.

VII. 지방선거 후보자토론회의 효과성 제고를 위한 방안 모색

- 지난 19대 대선 후보자토론회 시청자와 비교했을 때, 이번 지방선거 후보자토론회의 시청자들은 후보자토론회의 필요성을 더 강하게 느끼는 것으로 나타났다. 이는 아마도 대선에 비해 후보자에 대한 정보를 얻기가 힘든 지방선거 환경에서 정보와 후보자 검증의 주요 소스(source)로서 후보자토론회의 역할과 관련이 깊을 것이다.
- 그러나 본 연구의 결과, 유권자들은 이번 지방선거 후보자토론회의 유용성에 대해서는 지난 19대 대선의 후보자토론회에 비해 상당히 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다. 유권자들이 인지하는 후보자토론회의 효과에 있어서도 지난 대선 후보자토론회에 비해 이번 지방선거 후보자토론회의 긍정적 평가 비율이 상당히 낮아졌다.

- 이러한 결과는 반드시 후보자토론회 내용 자체의 문제라기보다는 대통령선거와 지방선거에 대한 국민적 관심의 차이나 후보자토론회의 방영 횟수, 토론회 방영 시간 등의 차이에서 연유하는 결과이기도 할 것이다. 그러나 이런 점을 고려한다고 하더라도 지난 대선 후보자토론회 대비 유용성이나 흥미성, 효과성의 감소 폭은 상당히 큰 편이라고 평가될 수 있어 지방선거 후보자토론회의 유용성과 흥미성, 그리고 효과성을 제고할 방안이 마련될 필요가 있음을 시사한다.
- 이번 조사에 의하면, 서울시와 경기도의 후보자토론회 시청자들은 모두 2차례씩 진행된 후보자토론회 횟수가 부족하다고 말하고 있다. 이번 지방선거 후보자토론회 시청자들은 적절한 후보자토론회 횟수를 3회라고 생각하는 경우가 가장 많았는데, 4~5회로 늘려야 한다는 응답도 상당히 많은 편이었다. 후보자토론회의 횟수를 늘려야 한다는 요청에는 귀를 기울일 필요가 있다.
- 그러나 한 지역에서 7개의 다른 선거를 치러야 하는 지방선거에서 선거방송토론위원회가 후보자토론회의 횟수를 더 증가시키는 것에는 한계가 있다. 이 때문에 언론기관의 관심과 적극적 참여가 요구된다. 적어도 시·도지사선거 및 교육감 선거 후보자토론회는 각 지역의 언론기관들이 적극적으로 주관하여 개최·방영할 필요성과 책임이 공적 기관으로서의 언론기관에 있다고 하겠다.
- 또한 언론기관은 사회적 책임감을 가지고 후보자토론회의 방영시간을 황금시간대로 옮기는 방안을 강구해야 할 필요가 있어 보인다. 후보자토론회에 대한 유권자들의 접근성 제고를 위해 방영시간은 매우 중요한 변수이다.
- 더불어, 유권자들의 인터넷과 소셜네트워크 환경의 진화로 인해 후보자토론회의 시청 매체가 다양화되고 있는 사실에도 주목할 필요가 있다. 향후 후보자토론회에 대한 접근성을 제고하여 그 효과를 극대화하기 위해서는 다양한 매체들의 특징에 적합한 후보자토론회 형식이나 진행방식을 마련하는 것이 중요한 과제이다.
- 한편, 이번 후보자토론회에서도 토론회에 참여하는 후보자의 수가 논란이 되었다. 응답자들의 다수는 주요 정당 후보 모두 참여하는 후보자토론회를 선호하였다. 이 결과는 한국 유권자들이 후보자토론회의 효율성 및 효과성보다 공정성 관점에서 후보자토론회를 평가하는 경향이 있다는 것을 의미한다. 그러나 선거 경쟁력이 떨어지는 후보자들도 모두 참여하는 경우, 자신의 정책을 홍보하고 자신의 자질과 능력을 알리는 것을 목적으로 하기보다는 상대 후보에 대한 폭로, 비방으로 일관할 가능성이 있어 토론회의 질을 떨어뜨릴 수가 있으므로 참여 후보자 수에 대한 신중한 접근이 필요하다. 후보자토론회에 누가 참여할 것인가 하는 문제는 후보자토론회의 효과성 뿐 아니라 사회적·국민적 정서를 고려하여 결정되어야 할 중요한 문제라고

하겠다.

- 이번 조사 결과는 유권자들이 후보자끼리, 또는 후보자와 전문가만 하는 토론이 아니라 유권자와 직접적 소통하는 방식에 대한 욕구가 상당하다는 것을 보여준다. 모든 후보자토론회가 이러한 방식을 채택하기는 힘들겠지만 우리 유권자들의 정치적 수준이 매우 높아진 만큼 후보자토론회에서도 유권자와 후보자의 소통을 일부 시도해 볼 필요도 있어 보인다.
- 이번 조사에서 유권자들은 현재 수준의 사회자 역할에 대해 어느 정도 만족하고 있는 것으로 나타났다. 하지만 더 많은 개입을 원하는 유권자들의 비율도 상당히 높았다. 특히 자유토론에서 토론이 관점을 벗어나지 않게 하는 데에 사회자의 역할은 매우 중요한 요인이다. 사회자의 역할에 따라 후보자토론회의 성격과 성패는 크게 달라질 수 있는 만큼 토론회 사회자로서의 신뢰도가 매우 높은 인물이 사회를 맡을 수 있도록 사회자 선택과 역할에 대한 고민이 더 필요하다고 할 수 있다. 이에 더하여, 후보자토론회 전문 사회자 육성의 필요성도 제기되고 있다.
- 정책을 중심으로 토론회가 진행되기 위해서는 무엇보다 토론에 참여하는 후보자들의 변화가 필요하다. 토론에 대한 규칙을 지키고 주제에 벗어난 토론을 자제할 필요가 있다. 그러나 후보자에게 후보자토론회는 유권자에게 노출이 되기 어려운 지방선거 과정에서 상대 후보자에 대한 네거티브 공격을 통해 반전의 기회를 잡기 적절한 계기를 제공하기도 한다. 그러므로 후보자 개인의 자제를 통해 토론의 질을 변화시키는 것은 매우 어려운 일일 수 있다.
- 따라서 후보자가 토론의 규칙에 벗어나거나 거짓 정보를 말하거나 주제에 벗어나는 경우 시청자들이 SNS나 기타 IT 기술을 이용하여 실시간 개입하는 방식을 고려해 보는 것도 필요해 보인다. 이는 후보자들의 규칙 준수 가능성을 높일 뿐 아니라 시청자들의 후보자토론회에 대한 집중도를 높이는 효과가 있을 것이다.
- 또한 언론 매체도 이제는 후보자토론회에 대한 접근을 바꾸어 정책 중심의 토론회를 유도하는 데 중추적인 역할을 담당해야 할 것이다.
- 시청자들의 흥미도를 높이고 후보자토론회의 유용성을 극대화하기 위해서는 다양한 실험이 필요하다. 각급 선거 및 각 지역 선거 후보자토론회가 흥미도가 떨어지는 편일률적인 방식으로 진행되는 대신 그 지역의 특성과 선거의 종류 및 유권자 요구를 고려하여 최적화된 방식을 찾아내는 것을 목표로 여러 가지 방식을 도입해 보는 과감한 시도를 해 볼 필요가 있다.

- 만약 후보자토론회가 진행되는 100여 분이 이러한 실험의 장으로 활용되기에 무리가 있다고 판단하는 경우에는 선거관리위원회와 선거방송토론위원회가 함께 오프라인에서의 다양한 토론회를 기획하여 시도해 보는 과정도 후보자토론회에 대한 중요한 개선의 정보를 제공할 것이다.
- 본 연구의 결과는 전국적으로 실시되는 선거 중 가장 관심도가 낮다고 평가되는 지방선거에서조차 후보자토론회의 효과가 상당히 크다는 것을 보여준다. 이는 한국 사회에서 후보자토론회가 선거과정의 중요한 요소로 자리를 잡고 유권자로부터의 신뢰를 확보하였다는 것을 의미한다. 이러한 신뢰를 바탕으로 이제는 더 흥미롭고 더 유용하고 더욱 효과가 큰 후보자토론회로의 변화를 위해 과감하고 다양한 시도가 필요한 시점이라 할 수 있겠다.

차 례

제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 효과분석 연구

I. 서론	1
II. 기존 연구 검토	4
1. 후보자토론회의 제도적 측면	4
2. 후보자토론회에 대한 유권자 인식	9
3. 후보자토론회의 효과	11
III. 연구의 내용과 방법	14
1. 연구의 대상 및 내용	14
2. 조사 방법	15
3. 응답자 특성	18
4. 분석방법	20
IV. 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 개최 현황	22
1. 시·도지사, 교육감 및 구·시·군의 장선거 후보자토론회 개최 현황	22
2. 서울시장 선거 및 경기도지사 선거 후보자토론회 현황	26
V. 서울시장 및 경기도지사 선거의 후보자토론회 효과 분석	28
1. 제도적 측면	28
2. 유권자 인식적 측면	46
3. 효과적 측면	70
VI. 제19대 후보자토론회 효과와의 비교	103
1. 제도적 측면	103
2. 유권자 인식적 측면	106
3. 효과적 측면	108

Ⅶ. 지방선거 후보자토론회의 효과성 제고를 위한 방안 모색 … 113

- 1. 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회에 대한 인식과 효과 … 113
- 2. 지방선거 후보자토론회 효과성 제고를 위한 개선 방안 모색 … 114

참고문헌 … 120

부록

- 사전조사 설문지 … 125
- 사후조사 설문지 … 133

표 차례

제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 효과분석 연구

〈표 III-1-1〉 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 효과 분석 연구의 범위	14
〈표 III-2-1〉 후보자토론회 효과 분석 조사설계	16
〈표 III-2-2〉 설문 문항 구성	17
〈표 III-3-1〉 응답자 특성	18
〈표 IV-1-1〉 6.13 지방선거 시·도지사 후보자토론회 개최 현황 (초청)	23
〈표 IV-1-2〉 6.13 지방선거 시·도교육감선거 후보자토론회 개최 현황 (초청)	24
〈표 IV-2-1〉 서울시장 선거 및 경기도지사 선거 후보자토론회 현황	26
〈표 V-1-1〉 후보자토론회 시청 횟수 (사후조사)	29
〈표 V-1-2〉 선거 관심과 후보자토론회 횟수 (사후조사)	31
〈표 V-1-3〉 선거 관심과 선거방송토론위원회 주관 토론회 횟수 (사후 조사)	32
〈표 V-1-4〉 적절한 후보자토론회 횟수 (사전/사후조사)	33
〈표 V-1-5〉 선호하는 후보자토론회 유형 (사후조사)	38
〈표 V-1-6〉 선호하는 후보자토론회 진행방식 (사후조사)	39
〈표 V-1-7〉 후보자토론회의 사회자 역할 평가 (사후조사)	42
〈표 V-1-8〉 후보자토론회에서 사회자의 역할 (사전/사후조사)	43
〈표 V-1-9〉 후보자토론회에 유권자 참여 방식 선호 (사후조사)	43
〈표 V-2-1〉 투표의향(사전조사)과 투표여부 (사후조사)	48
〈표 V-2-1-1〉 투표의향(사전조사)과 투표여부(사후조사), 지방선거별	48
〈표 V-2-2〉 후보자토론회 관심도 (사후조사)	49
〈표 V-2-3〉 선거에 대한 관심과 후보자토론회 관심 (사후조사)	50
〈표 V-2-4〉 후보자토론회 관심정도와 투표여부 (사후조사)	51
〈표 V-2-4-1〉 후보자토론회 관심정도와 투표여부 (사후조사), 지방선거별	51
〈표 V-2-4-2〉 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회 관심정도와 투표여부 (사후조사)	51
〈표 V-2-5〉 사회인구학적·정치적 특성과 후보자토론회 관심정도	52
〈표 V-2-6〉 지방선거 후보 선택 시 최우선 고려사항: 사전조사	54
〈표 V-2-6-1〉 지방선거 후보자 선택 시 최우선 고려사항: 사전조사 (지방선거별)	54
〈표 V-2-7〉 후보자토론회를 통해 가장 잘 검증된 영역	55
〈표 V-2-7-1〉 후보자토론회를 통해 가장 잘 검증된 영역 (지방선거별)	55
〈표 V-2-8〉 후보자토론회의 선거정보 획득에 대한 효과성	57

〈표 V-2-8-1〉 후보자토론회의 선거정보 획득에 대한 효과성 (지방선거별)	57
〈표 V-2-9〉 후보자토론회의 상대적 유용성(타 정보매체와 비교)	58
〈표 V-2-9-1〉 후보자토론회의 상대적 유용성(타 정보매체와 비교) (지방선거별)	58
〈표 V-2-10〉 지지정당과 후보자토론회의 유용성	59
〈표 V-2-11〉 후보자토론회의 흥미성 평가	61
〈표 V-2-11-1〉 후보자토론회의 흥미성 평가 (지방선거별)	61
〈표 V-2-12〉 사회인구학적·정치적 특성과 후보자토론회 흥미성	62
〈표 V-2-13〉 후보자토론회의 공정성 평가	64
〈표 V-2-13-1〉 후보자토론회의 공정성 평가 (지방선거별)	64
〈표 V-2-14〉 사회인구학적·정치적 특성과 후보자토론회 공정성	65
〈표 V-2-15〉 후보자토론회 공정성에 대한 평가 분석(순서형로짓)	67
〈표 V-3-1〉 후보자 검증 관련 후보자토론회 평가 (사후조사)	71
〈표 V-3-2〉 공약 인지도 (사후조사)	73
〈표 V-3-3〉 후보자토론회 시청과 공약 이해 인식 (사후조사)	73
〈표 V-3-4〉 후보자토론회 관심 시청과 공약 인지 (사후조사)	74
〈표 V-3-5〉 쟁점/정책 관련 정보 습득 (사후조사)	75
〈표 V-3-6〉 후보자토론회 시청과 정책 정보 습득 (사후조사)	75
〈표 V-3-7〉 후보자토론회 관심 시청과 정보 습득 (사후조사)	76
〈표 V-3-8〉 후보자토론회와 선거 쟁점 정보 습득 효과성 (사후조사)	77
〈표 V-3-9〉 후보자토론회 시청과 선거 쟁점 정보 습득 효과성 (사후조사)	78
〈표 V-3-10〉 후보자토론회 관심 시청과 선거 쟁점 정보 습득 효과성 (사후조사)	78
〈표 V-3-11〉 후보자토론회와 후보자 검증 (사후조사)	79
〈표 V-3-12〉 후보자토론회 시청과 후보자 검증 (사후조사)	80
〈표 V-3-13〉 후보자토론회 관심 시청과 후보자 검증 (사후조사)	81
〈표 V-3-14〉 선거 관심도 변화 (사후조사)	82
〈표 V-3-15〉 후보자토론회 시청과 선거 관심도 변화 (사후조사)	82
〈표 V-3-16〉 후보자토론회 관심 시청과 선거 관심도 변화 (사후조사)	83
〈표 V-3-17〉 후보자토론회에 대한 대화 (사후조사)	84
〈표 V-3-18〉 후보자토론회 시청 횟수와 후보자토론회에 대한 대화 (사후조사)	85
〈표 V-3-19〉 후보자토론회 관심 시청과 후보자토론회에 대한 대화 (사후조사)	85
〈표 V-3-20〉 투표와 권력의 중요성에 대한 인식 분석	87
〈표 V-3-21〉 후보자토론회시청 영향력에 대한 유권자 의견 (사후조사)	88
〈표 V-3-22〉 후보자토론회 시청 영향력에 대한 유권자 상세 의견 (사후 조사)	89
〈표 V-3-23〉 후보자 토론에 대한 평가 (사후조사)	89
〈표 V-3-24〉 후보자 토론 평가 분석 (서울시)	91
〈표 V-3-25〉 후보자 토론 평가 분석 (경기도)	92
〈표 V-3-26〉 후보자 선택 분석 (서울시)	94

〈표 V-3-27〉 후보자 선택 분석 (경기도)	96
〈표 V-3-28〉 후보자 호감도 분석 (서울시)	98
〈표 V-3-29〉 후보자 호감도 분석 (경기도)	100
〈표 VI-1-1〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 비교: 후보자토론회 필요성 (사전조사)	103
〈표 VI-1-2〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 비교: 후보자토론회 횟수 (사후조사)	103
〈표 VI-1-3〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 비교: 후보자토론회 시간 (사후조사)	104
〈표 VI-1-4〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 비교: 후보자 수 제한	104
〈표 VI-1-5〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 비교: 선호하는 토론 방식	105
〈표 VI-1-6〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 비교: 일대일 정책검증토론 방식에 대한 만족도	105
〈표 VI-2-1〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 비교: 관심도, 유용성, 흥미성, 공정성	107
〈표 VI-3-1〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 시청 효과 비교: 검증관련	109
〈표 VI-3-2〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 시청 효과 비교: 공약 인지도	109
〈표 VI-3-3〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 시청 효과 비교: 정보 습득 효과성	110
〈표 VI-3-4〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 시청 효과 비교: 선거 관심도	110
〈표 VI-3-5〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 시청 효과 비교: 선거 관련 대화	111
〈표 VI-3-6〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 시청 효과 비교: 영향력 평가	111
〈표 VI-3-7〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 시청 효과 비교: 영향력 상세 평가	112

그림 차례

제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 효과분석 연구

〈그림 V-1-1〉 후보자토론회 필요성 (사전조사)	29
〈그림 V-1-2〉 후보자토론회 횟수에 대한 의견 (사전/사후조사)	30
〈그림 V-1-3〉 선거방송토론회 주관 토론회 횟수에 대한 의견 (사후조사)	31
〈그림 V-1-4〉 후보자토론회 시청 종류 (사후조사)	34
〈그림 V-1-5〉 후보자토론회 시청 매체 (사후조사)	34
〈그림 V-1-6〉 선거방송토론회위원회 주관 토론회 시청 매체 (사후조사)	35
〈그림 V-1-7〉 후보자토론회 시간 적절성 여부 (사후조사)	36
〈그림 V-1-8〉 후보자토론회 방식 (사후조사)	37
〈그림 V-1-9〉 일대일 정책검증 형식에 대한 만족도 (사후조사)	40
〈그림 V-1-10〉 주도권 토론 방식에 대한 만족도 (경기, 사후조사)	41
〈그림 V-2-1〉 제7회 전국동시지방선거 관심도	47
〈그림 V-2-2〉 후보자토론회를 통해 가장 잘 검증된 영역	56

I. 서론

본 연구는 2018년 제7회 전국동시지방선거의 서울시장 선거 및 경기도지사 선거 유권자를 대상으로 인식조사를 실시하여 지방선거 과정에서 실시되고 있는 후보자토론회의 효과를 분석하고 이를 2017년 제19대 대선의 후보자토론회 효과와 비교 분석한다.

후보자토론회는 유권자들의 선거에 대한 관심을 제고하고 유권자들이 후보자 간 비교를 통해 합리적인 투표행위를 할 수 있도록 돕는 것이 그 일차적 목표이다. 선거운동 시기 유권자들이 후보자에 대한 정보를 얻을 수 있는 가장 일반적인 매체는 TV이다. 그러나 TV의 선거보도는 편파성 등으로 인한 불공정 시비가 끊이지 않고, 정치광고 또한 일방적 메시지를 전달하기 때문에 후보자에 대한 정확한 정보를 얻기가 힘들다. 반면 후보자토론회는 제3자에 의해 걸러지지 않은 정보를 유권자가 직접 획득하여 후보자를 판단할 수 있게 한다는 점에서 유권자의 투표 결정에 매우 유용한 도구로 작용한다. 후보자의 공약 뿐 아니라 후보자의 능력, 태도, 식견 등 다양한 측면을 유권자가 직접 확인할 수 있기 때문에 선거운동 기간에 핵심적인 역할을 담당한다 하겠다.

기존 연구들에 의하면, 후보자토론회는 후보자에 대한 정보를 제공할 뿐 아니라, 선거운동에 대한 관심을 제고하고 투표율을 높이는 것으로 나타났다. 더불어, 2002년 대선 유권자를 대상으로 조사한 한 연구는 후보자토론회가 지지 후보를 결정하는 데에도 가장 중요한 요인이 되었음을 밝히고 있다. 지난 제19대 대선의 후보자토론회는 매우 중요한 선거 정보의 소스(source)로 작용하면서 역대 가장 많은 유권자들에게 노출된 것으로 조사되었다. 후보 검증 기간이 상대적으로 짧았던 만큼 후보자에 대한 정보를 획득하고 후보자의 자질을 검증하기 위해 과거 어느 때보다 후보자토론회가 중요한 기제로 활용되었다고 평가된다. 특히, 지난 제19대 대선 과정에서는 후보자토론회가 생방송 시간의 일회성 이벤트로 끝난 것이 아니라 인터넷과 소셜네트워크서비스(SNS)를 통해 공유·확산됨으로써 후보자토론회에 대한 접근성과 관심이 훨씬 높아졌다.

2017년 한국정치학회는 제19대 대통령선거 후보자토론회의 효과에 대한 중앙선거방송토론위원회의 용역을 수행한 바 있다. 제19대 대선 후보자토론회 효과에 대한 경험적 분석 결과, 후보자토론회의 흥미성, 유익성, 공정성 등에 대해 유권자들은 상당히 높은 평가를 내리고 있었으며, 선거에 대한 관심도나 정책에 대한 인지, 후보자의 자질 및 능력 비교 등에 있어 후보자토론회가 상당한 정도의 도움을 주었던 것으로 평가되었다. 또한 2017년 대선에서는 다양한 토론회 방식이 시도되어 토론회 방식에 대한 논의가 본격화되었고 시청자들의 흥미를 제고하는 데에도 일조한 것으로 평가되었다.

반면, 대선 후보자토론회 효과분석 결과는 또한 후보자토론회가 개선되어야 할 요인들도 상당 부분 있다는 것을 보여주었다. 특히 토론회의 형식, 진행방식, 토론회 횟수

및 시간 등과 관련한 제도적 문제는 선거과정 전반에 걸쳐 중요한 논쟁적 이슈였으며, 유권자 인식조사 결과도 이들 영역에서 제도적 정비가 필요한 것으로 나타났다.

그렇다면 지방선거 과정에서 후보자토론회는 얼마나 제도적으로 정비되어 있으며, 유권자의 관심과 신뢰를 얼마나 얻고 있고, 유권자들의 정치행태에 어느 정도나 영향을 미치고 있을까? 이러한 질문을 바탕으로 본 연구는 제19대 대선 이후 약 1년 만에 치러진 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회의 효과를 경험적으로 분석하여 지난 대선 후보자토론회 효과와 비교해 봄으로써 지방선거 후보자토론회의 효과와 문제점을 다각적 차원에서 살펴보고자 한다. 이를 통해 본 연구는 지방선거 후보자토론회가 가지는 장점과 단점을 명확히 진단하고 그 효과성을 제고하기 위한 방안을 모색한다.

지방선거의 후보자토론회는 대통령선거 후보자토론회에 비해 상대적으로 주목을 덜 받는 경향이 있다. 대통령선거에 비해 지방선거에 대한 관심이 낮을 뿐 아니라 토론회 횟수도 대선 후보자토론회와 비교할 수 없을 정도로 적다. 뿐만 아니라 공직선거법의 규정에 따라 황금시간대에 진행되는 대선 후보자토론회에 비해 지방선거 후보자토론회는 오후 시간 또는 심야시간에 편성되기 때문에 높은 시청률을 기대하기도 어려운 상황이다.¹⁾ 또한 대통령선거 후보자토론회에 비해 다루어지는 논점들도 관심도가 상대적으로 낮은 논점들이기 때문에 토론회 자체로서 흥미를 유발하기는 쉽지 않다. 그럼에도 불구하고, 대통령선거에 비해 지방선거는 정보의 소스가 다양하지 못하기 때문에 토론회에 노출된 유권자들에게는 후보자토론회의 역할이 작지 않을 것이라는 예상이 가능하다. 동시에 여러 선거를 치르는 한국의 지방선거는 유권자들에게는 상대적으로 어려운 선거이다. 지방선거 후보자들은 몇몇 광역단체장(시장·도지사)을 제외하고는 전국적 지명도가 있는 인물들이 아니며, 여러 지방자치단체에서 동시에 선거가 치러져야 하기 때문에 후보자에 대한 정보와 지식을 충분히 확보하는 것은 더욱 어려워진다. 이 때문에 유권자들이 후보자로부터 직접적인 정보를 취득할 수 있는 후보자토론회의 중요성은 지방선거에서 더 클 수 있다. 선거과정에서는 후보자간의 차별성을 유권자들에게 전달하고자 하는 다양한 수단이 동원되지만, 경쟁하는 후보자들이 동일한 장소에서 동일한 조건 하에 유권자들에게 자질과 정책공약 등을 직접 비교해 볼 기회를 제공하는 정치수단은 TV를 통해 방영되는 후보자토론회가 거의 유일하다.

특히 후보자들에 대한 정확한 정보가 없는 유권자나 후보자 결정을 망설이는 부동층 유권자들에게 후보자토론회의 효과는 상당할 것으로 기대된다. 그러므로 후보자토론회는 정확한 정보를 바탕으로 유권자들이 후보자 간 비교를 통해 합리적인 선택을 할 수

1) 공직선거법 제82조의2 제10항에 따르면 공영방송사(KBS·MBC)는 중앙선거방송토론위원회가 주관하는 대통령선거 후보자토론회의 경우에만 “오후 8시부터 당일 오후 11시까지의 사이에 중계방송하여야”하며, 방송 편성시간대가 명시되어 있지 않은 그 외 법정 선거방송토론의 방송시간은 해당 선거방송토론위원회와 (공영)방송사 간의 협의 결과에 좌우된다. 따라서 지방선거 후보자토론회의 황금 시간대 편성은 중계주관방송사의 협조가 필수적인 실정이다.

있도록 제도적으로 잘 디자인될 필요가 있으며, 시청자의 흥미를 유발하며 공정성에 대한 신뢰를 확보할 수 있도록 진행되어야 한다. 또한 가능한 한 많은 유권자들에게 노출될 수 있도록 변화하는 유권자들의 요구를 적절히 반영할 필요가 있다. 대통령선거에 비해 후보자에 대한 정보가 부족한 상황에서 후보자토론회의 중요성이 작지 않은 만큼 지방선거 후보자토론회의 제도적 측면, 후보자토론회에 대한 유권자의 관심 및 인식, 그리고 후보자토론회의 실제적인 효과를 객관적으로 분석하여 후보자토론회의 질을 높여 가는 것은 지방선거에서 유권자가 후보자에 대해 제대로 알고 자신의 필요에 부합하는 투표선택을 하기 위한 중요한 요건이다.

후보자토론회에 대한 이러한 요구를 바탕으로 본 연구는 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회가 그 요구들을 적절히 반영하였는지, 그리고 유권자의 인식과 태도, 선거참여도 및 후보자 선택에 어떠한 효과를 미쳤는지를 다양한 차원에서 분석해 보고자 한다. 제19대 대통령선거 후보자토론회 효과와의 비교가 용이하도록 본 연구는 분석의 대상을 제7회 전국동시지방선거의 서울시장 및 경기도지사 선거 후보자토론회에 국한하며, 이 분석 결과를 대선 후보자토론회의 분석 결과와 비교해 봄으로써 그 장·단점을 명확히 파악하여 향후 후보자토론회의 효과를 극대화할 수 있는 방안을 제안해 보고자 한다.

II. 기존 연구 검토

1960년 미국 대통령선거 과정에서 시작된 후보자토론회는 유권자가 선거 후보자들을 가장 직접적이고 다각도로 평가할 수 있는 정보를 제공한다는 점에서 선거운동 과정에서 매우 중요한 역할을 담당하고 있다. 기존 연구들은 후보자토론회가 유권자들에게 후보자에 대한 정보를 제공하여 선거에 대한 관심과 적극적인 참여를 유도한다는 것을 보여 왔다(Benoit and Hansen 2004).

한국의 경우 후보자토론회는 1995년 서울시장 선거 당시 처음 도입되어 후보자들이 개인과 정책을 홍보하고 유권자들이 후보자의 자질과 정책을 상호 비교 평가하는 중요한 기제로 자리매김 하였다. 후보자토론회의 역할이 커져감에 따라 기존의 여러 연구들이 후보자토론회의 제도적 측면, 토론회에 대한 유권자의 인식, 그리고 그 효과에 대해 다양한 분석을 시도하고 개선점을 모색해 왔다. 이 장에서는 후보자토론회에 대한 기존 연구들을 개관하면서 그 간 어떠한 이슈들이 후보자토론회와 관련한 주된 쟁점이었는지를 살펴보고자 한다.

1. 후보자토론회의 제도적 측면

후보자토론회의 제도적 측면과 관련하여 기존 연구들은 형식 및 진행방식, 사회자 역할, 방송시간대, 방송횟수 등에 관한 분석을 기반으로 개선 방안을 모색해 왔다.

1) 후보자토론회 형식 및 진행방식

그간 후보자토론회에는 다양한 진행방식이 도입되어 왔다. 후보자토론회가 처음 도입되었던 1995년 서울시장 선거에서는 공동 기자회견 형식이 도입되어 언론인 출신으로 이루어진 패널리스트들의 취재형 질문과 언론인적 관심에 따른 질문이 주를 이루었다. 사회자의 질문에 대한 답변 시간이 2분30초~3분 정도로 제한되어 적극적인 반론의 개진이 어려운 상황이었고 후보자 간 직접 토론은 볼 수 없었다. 이 때문에 후보자 간 차별성이 나타나지 못했고 정책의 현실성이 검증될 기회가 없었다는 비판을 받았다(이종수 1995).

이에 따라 1997년 대선 후보자토론회를 준비하는 과정에서는 별도의 대통령선거방송토론위원회를 구성하고 이 위원회가 주관하여 세 차례 개최된 후보자토론회에서는 사회자가 후보자에게 한명 씩 돌아가며 질문을 하고 답변을 하는 사회자 질문과 후보자끼리 상호질문과 반론을 하는 후보자 상호질문 형식으로 나뉘어 진행되었다. 그러나

사회자 질문의 경우도 답변에 따른 반론과 재반론에서 후보자 간 차별화되는 정책이 제시되지 못했을 뿐 아니라 후보자 상호질문에서는 동문서답식 진행과 상호비방전으로 일관되어 후보자토론회의 취지를 살리지 못했다는 평가를 받았다(정인숙 1998). 또한 발언시간이 너무 짧아 자신의 의견과 반론을 개진하기에 부족했다는 평가도 이어졌다.

2002년 제16대 대선 후보자토론회에서는 사회자가 질문하고 후보자 간 토론을 벌이는 기존의 형식과 더불어, 후보자가 직접 질문하고 후보자들 간 직접 토론을 하는 방식을 도입하여 토론의 흥미성과 역동성을 제고하고자 하였으나 당시에 도 정책 쟁점보다는 상호비방이 주를 이루었다는 비판에서 자유롭지 못했다. 또한 시민들의 참여가 전혀 반영되지 못했다는 점도 비판의 대상이었다(이종수 2002).

2004년 출범한 중앙선거방송토론위원회는 2004년 제17대 국회의원선거와 2006년 제4회 전국동시지방선거를 앞두고 다양한 토론형식을 개발하였다. 이 형식들을 바탕으로 2006년 제4회 전국동시지방선거에서는 다양한 토론형식이 활용되었다. 특히 10개 광역자치단체장 후보자토론회에서는 사회자 질문에 후보자들이 답변하거나 그 답변에 대해 보충 질문하는 방식, 사회자가 개별 후보자들에게 질문하고 답변, 반론, 재반론 등이 이루어지는 방식 등 사회자 질문 방식과, 후보자가 질문하고 답변 및 반론하는 후보자 질문 방식 및 후보자 간 자유토론 방식 등이 활용되었다. 사회자 질문에 의한 토론방식이 약 70%(57회)로 가장 많았고 후보자 질문에 의한 토론방식은 24회로 약 30%에 달했으며, 2004년 국회의원선거에서 도입되었던 후보자 간 자유토론 방식은 광역 6개 지역에서 8차례만 사용되었다. 그러나 사회자 질문 중심의 토론이 큰 비중을 차지하고 있고 자유토론 방식은 소수에 불과해 후보자의 토론능력을 극대화하지 못하고 토론의 흥미를 감소시킨다는 비판을 받았다(송종길 2006).

2007년 제17대 대선 후보자토론회에서는 초청 기준을 만족하는 후보자의 수가 많아 상호토론 시간이 제한되어 후보자들 간 재반론이 사라졌다는 문제가 있었지만 인터넷 활용의 확대로 시민들의 질문을 동영상 형식으로 사용자 제작 콘텐츠(UCC, User Created Contents)에 담아 후보자들이 답하는 형식이 추가되어 시민이 일정 정도 참여하는 형식을 띠게 되었다.

2010년 제5회 전국동시지방선거 후보자토론회는 주로 사회자 질문에 후보자 답변 및 후보자 간 상호토론으로 진행되었지만 토론 중반에 방청객 질문이 첨가되기도 하였다. 2010년 토론회에서는 후보자 간 자유로운 상호토론이 활발히 전개되었는데, 질문과 답변 시간을 정확히 정해놓고 순서대로 돌아가면서 진행되는 기계적인 방식보다는 상대를 자유롭게 지정하여 질의응답 하거나 일정시간 주도권을 가지고 토론하는 방식 등 다양한 방식이 도입되었다. 상호토론의 경우, 특정 후보자를 지목하는 경우가 많아 발언 횟수가 동등하게 분배되지는 못하는 문제가 있었다. 또 토론회에 참여하는 후보자의 수에 따라 토론회 형식의 효율성이 다르게 나타났는데 후보자 수가 2인인 경우에

는 후보자 간 상호토론이 효율적이지만 3~4인의 경우는 특정 후보자가 상호토론에서 배제되는 경우가 발생하기도 하였다(이중희·오지양 2011).

2012년 제18대 대선 후보자토론회는 사회자 질문에 대한 답변, 국민공모 질문에 대한 답변, 사회자의 2차 공통질문에 대한 후보자 간 상호토론 방식을 기본으로 하여 진행되었다. 그러나 이정희 후보의 참여와 발언으로 당선가능성이 희박한 후보자가 주요 후보자들 간의 토론을 방해한다는 비판 여론과 함께 후보자 초청 기준이 논란이 되었다.

2014년 제6회 전국동시지방선거의 광역자치단체장 후보자토론회에서는 총 10개 유형의 토론형식이 사용되었다. 사회자의 질문에 후보자가 답변하는 방식이 약 49%(57회)를 차지하였고, 후보자 답변에 대하여 사회자가 보충질문 후 다시 후보자가 답변하는 방식도 10차례 활용되었다. 후보자에 대한 사회자 개별질문 방식은 총 9회 사용되었다. 반론과 재반론을 포함한 후보자 간 상호토론 방식은 39회 사용되었으나 그 중 반론과 재반론을 포함하지 않고 질문과 답변으로 끝나는 경우가 약 69%에 이르러 토론의 역동성이 떨어진다는 비판을 받았다. 후보자 간 자유토론은 2차례에 지나지 않았다. 또한, 후보자는 근거자료를 제시하지 않은 채 주장으로 일관하는 경우가 많아 설득력이 낮고 국민들의 기대수준에 부응하지 못하는 모습을 보였다(송종길 외 2014).

2017년 제19대 대선 후보자토론회에서는 토론회 진행 형식이나 공식선거법상의 초청 기준 등 후보자토론회의 제도에 대한 논란이 많았다. 초청대상 후보자가 5명이나 되어 깊이 있는 토론이 이루어지기 힘들었고 또 당선 가능성이 상대적으로 낮은 후보들이 발언을 많이 하게 되는 문제점이 발견되어 제도적 조치가 필요하다는 의견이 많이 제기되었다. 2017년에는 후보자들이 2시간 동안 서서 대본 없이 토론을 하는 스탠딩 토론 방식이 도입되기도 하였고 주도권토론, 정책 발표 후 상호 정책검증토론, 자유토론, 설문을 통해 준비된 유권자 질문에 응답하는 방식 등 다양한 진행방식이 도입되었다. 특히 미국과 같은 대본 없는 스탠딩토론 방식에 대한 관심이 높았으나 결과적으로는 토론의 내용과 질에 별다른 영향을 못 미친 것으로 나타났다(이소영 외 2017; 이재목 2017).

이렇게 1995년 서울시장 선거에서 후보자토론회가 시작된 이래 다양한 후보자토론회 형식이 채택되어 활용되었다. 후보자토론회의 진행방식은 무엇보다도 토론회의 역동성과 흥미성을 제고하여 유권자들의 관심을 끌고 깊이 있는 내용과 질로서 후보자의 자질과 정책을 유권자들에게 제대로 전달할 수 있는 방식이 되어야 한다. 이를 위해 법정토론회를 주관하는 중앙선거방송토론위원회를 비롯하여 자율적으로 후보자토론회를 주관할 수 있는 방송사 측에서는 다양한 실험을 계속해 왔고, 그 결과 토론회의 질적 발전이 상당히 이루어져 온 것이 사실이다. 하지만 아직은 충분하고 깊이 있는 토론이 이루어지지 않는다거나, 특정 후보에게 발언이 집중된다거나, 후보자 간 중복질문이 지속된다거나, 유권자 참여가 적절히 이루어지지 않는다거나 등등 많은 개선점들이 여전

히 지적되고 있어 제도적 보완이 필요하다는 데 기존 연구들은 의견을 같이 하고 있다. 무엇보다도 정책토론이 부족하고 상호비방과 흑색선전이 난무하다는 비판이 지속적으로 제기되고 있는데, 이는 한편으로는 후보자 개인의 토론능력 및 자질 문제이며, 다른 한편으로는 제도적으로 해결해야 할 부분이기도 하다는 의견들이 제시되어 왔다(박상호 2013; 백선기 2002; 송종길 2003).

한편, 진행방식과 관련하여 여론조사 상위 후보자 위주의 토론을 실시할 것인가 아니면 주요 정당 후보자 모두가 참여하는 토론을 실시할 것인가에 대한 논의도 활발히 전개되어 왔다. 기존 분석들에 의하면, 이 문제에 대한 유권자 의견은 해당 선거 시기의 선거 환경의 영향을 크게 받는 것으로 분석되고 있다. 예를 들어, 지지도가 낮았던 이정희 후보가 박근혜 후보에 대한 공격을 하는 모습을 보였던 2012년 후보자토론회 시청자 조사에서는 79.4%의 응답자가 지지율 상위 후보자 위주의 토론 방식으로 전환하는 것이 필요하다는 의견을 내놓은 반면(한정택 외 2013), 5개 정당의 후보자가 지지율과 관계없이 정치적 영향력을 가지고 있던 2017년 조사에서는 61.8%의 응답자가 주요 정당 후보자 모두가 참여하는 후보자토론회를 선호하였다(이소영 외 2017).

2) 사회자 역할

후보자토론회의 질적 문제는 사회자의 역할과도 매우 깊이 관련되어 있다. 후보자토론의 양상은 진행자에 따라 많은 영향을 받는데, 기존 연구에 의하면 후보자토론회 사회자가 높은 지명도를 가지고 있으면 후보자보다는 사회자에게 관심이 집중되는 경향이 있기도 하다(정성호 2010). 사회자는 강한 정파성을 가지고 있어도 안 되며 후보자토론회의 공정성을 유지하는 데 가장 큰 책임이 있다.

한국 선거의 후보자토론회에서 사회자는 주로 언론인들이 맡고 있고 때로는 대학교수가 맡기도 한다. 사회자들은 토론주제에 따라 후보자에게 공통질문을 하고, 경우에 따라서는 보충질문을 하기도 한다. 후보자 간 주제별 토론시간을 규제하며, 주제 범위 안에서 정책토론이 이루어지도록 관리하는 역할을 수행한다. 초창기 후보자토론회에서는 후보자들 간의 인신공격 등을 사회자가 제대로 제지하지 못하는 상황이 나타나 사회자의 재량권 강화에 대한 문제가 제기되었다(정인숙 1998).

흔히 후보자토론회에서 사회자 역할은 단순진행역할과 토론개입역할로 나누어 지는데 단순진행역할은 토론의 전반적인 질서와 흐름을 정돈하며 각각의 후보자에게 발언 기회 부여, 발언시간 조정, 진행에 대한 설명, 주제에 벗어나는 발언 제지 등의 역할을 의미한다. 토론개입역할은 사회자가 주제를 제시하거나 질문을 통해 토론 논점의 흐름을 정하고 명확한 답변이나 보충설명을 요구하는 등 토론 과정에 적극적으로 참여하는 역할을 포함한다(송종길 외 2014).

지금까지 한국의 공직선거 후보자토론회에서 사회자 역할은 토론개입형보다는 단순 진행역할에 그치는 소극적 역할에 집중되어 왔다. 이는 후보자토론회에서 공정성의 문제가 매우 중요한 이슈로 부각되어 사회자의 개입이 조심스러운 측면이 있기 때문이기도 하겠지만, 2시간이라는 시간 내에 여러 가지 토론 형식을 활용하고 있기 때문에 사회자가 깊이 개입할 여지가 크지 않기 때문이기도 하다. 그 결과 한국의 후보자토론회에서는 사회자의 중립성 문제는 큰 이슈가 되지 않았다. 하지만 지나치게 공정성을 의식한 기계적인 진행방식으로 인하여 후보자 간의 실질적인 정책토론과 자질 검증이 부족하고 흥미가 떨어진다는 비판을 받아 왔다(한정택 외 2013). 사회자의 역할이 강화되어 토론의 역동성과 질을 제고할 수 있어야 한다는 의견들이 제시되고 있다(권혁남 2011; 송종길 2003; 정성호 2010).

3) 후보자토론회 토론 횟수, 토론 시간 및 방송시간대

후보자토론회가 유권자들에게 후보자에 대한 정보를 제공하고 후보자의 자질을 직접 평가할 수 있는 기회를 제공하는 중요한 역할을 하는 만큼 유권자가 후보자에 대해 잘 알 수 있도록 충분한 시간을 가지고 여러 차례 진행될 필요가 있고 또 시청의 접근성이 좋은 시간대에 방영될 필요가 있다.

일반적으로 국민적 관심이 높은 대통령선거 후보자토론회는 토론 횟수도 지방선거 후보자토론회에 비해 훨씬 많고 방송도 공직선거법의 규정에 따라 접근성이 높은 시간에 편성된다. 그럼에도 불구하고 유권자들은 후보자토론회의 횟수가 더 많아야 한다는 의견을 보이는 것으로 조사되었다. 2012년 대선 후보자토론회를 시청한 유권자와 2017년 대선 후보자토론회를 시청한 유권자들을 대상으로 실시한 조사결과에 의하면, 모두 현행 후보자토론회의 횟수를 더 늘릴 필요가 있다고 생각하는 것으로 나타났다(이소영 외 2017; 한정택 외 2013). 특히 4회의 중앙선거방송토론위원회 주관 후보자토론회와 3회의 언론기관 주관 후보자토론회 등 총 7차례의 후보자토론회가 진행되었던 2017년 조사에서도 대부분의 유권자들은 후보자토론회 횟수가 더 많아야 한다는 의견을 개진했고, 그 중 약 79%의 응답자가 후보자토론회 횟수를 10회 정도로 늘릴 필요가 있다는 의견을 표명하였다. 이러한 조사결과는 유권자들이 후보자토론회의 유용성과 필요성에 공감하고 있다는 것을 의미한다.

이러한 요청에도 불구하고 여러 지역에서 후보자토론회가 실시되어야 하는 어려움이 있는 지방선거에서는 유권자의 필요를 충족시킬 수 있을 만큼 충분한 후보자토론회가 개최되지 못하였다. 2010년과 2014년 지방선거에서는 전국적으로 각각 361회와 353회의 후보자토론회가 개최된 것에서 알 수 있듯이 각급 선거방송토론위원회에서 1회 이상의 초청대상 후보자토론회를 진행하기는 매우 어려운 상황이다. 2014년의 유권자

들이 가장 큰 관심을 보인 광역단체장(시장·도지사) 후보자토론회도 선거방송토론위원회 주관 초청대상 후보자토론회의 경우는 1회씩 밖에 개최되지 않았고 언론기관 주관 후보자토론회도 많지 않은 실정이었다. 따라서 토론 횟수의 증가에 대한 유권자들의 요구가 지속될 것으로 보인다.

다음으로 토론회 진행시간의 적정성과 관련해서는 2012년 조사와 2017년 조사 모두에서 상당수의 응답자들이 시간을 더 늘려야 한다고 응답하기도 하였지만, 대다수는 현행(2시간)대로 유지하는 것이 좋다고 응답하였다(이소영 외 2017; 한정택 외 2013). 하지만 대부분 1회에 그치고 있고 다자간 토론이 이루어지는 지방선거 후보자토론회의 경우에도 2시간이 적절한가라는 의문이 제기될 수 있다.

한편, 공직선거법의 규정에 따라 황금시간대(오후 8시~11시)에 방영되는 대선 후보자토론회와는 달리, 방송편성권이 중계주관방송사에 있는 지방선거 후보자토론회는 주로 시청률이 낮은 시간대인 오전 10시부터 오후 3시 사이에 편성되며 국민적 관심이 집중되는 시·도지사 후보자토론회라 하더라도 밤 11시 전후에 편성되는 경향을 보인다. 2014년 지방선거 후보자토론회의 경우 황금시간대에 방영된 경우는 거의 없었다(송종길 2014; 한정택 2014). 이는 지방선거 후보자토론회에 대한 접근성을 낮추는 요인이 되고 있는 것으로 평가된다.

2. 후보자토론회에 대한 유권자 인식

후보자토론회는 유권자들에게 후보자에 대한 정보를 제공하는 것을 목적으로 한다. 그런데 유권자들이 후보자토론회에 대해 흥미를 느끼지 못하고 공정성 및 유용성을 신뢰하지 못한다면 유권자들은 후보자토론회에 대한 관심도, 시청의 필요성도 느끼지 못할 것이다. 따라서 유권자가 후보자토론회를 어떻게 인식하는지는 후보자토론회의 효과와 직접 관련되는 요인이라고 할 수 있다.

1) 후보자토론회에 대한 관심

최근 몇 년간의 조사에 따르면 대선 후보자토론회나 지방선거의 주요 시·도지사 선거 후보자토론회에 대한 유권자들의 관심이 상당히 높았던 것으로 나타났다. 2012년 조사에 의하면, 18대 대선 후보자토론회에 대해 전체 응답자의 약 92%가 후보자토론회에 대해 ‘많은 관심’ 혹은 ‘어느 정도 관심’을 가지고 있었던 것으로 조사되었고(한정택 외 2013), 2017년에도 19대 대선 유권자들의 약 93%가 후보자토론회에 대해 관심을 가지고 있었던 것으로 나타났다. 19대 대선 유권자 조사에 따르면, 선거기간 정보

를 습득하는 매체에 따라 후보자토론회에 대한 관심도가 다르게 나타났는데, 신문이나 TV 이용자들이 비해 인터넷 이용자들의 후보자토론회에 대한 관심이 상당한 폭으로 낮게 나타났다(이소영 외 2017).

2014년 서울시장 선거 후보자토론회에 대한 유권자 관심을 조사한 연구에 따르면, 약 87%의 응답자가 관심있게 토론회를 보았던 것으로 나타나 대선 후보자토론회보다는 그 관심의 정도가 덜하기는 해도 전반적으로 높은 관심을 가지고 있는 것으로 조사되었다(송종길 외 2014). 다만, 이는 지방선거 중 가장 관심이 집중되는 선거에 한정된 후보자토론회 관심을 측정한 것이므로 이를 통하여 유권자들이 지방선거에서도 후보자토론회를 관심 있게 보는 경향이 있다고 일반화하기는 어려울 것이다. 지방선거 유권자들은 일반적으로 몇몇 주요 시·도지사 선거를 제외하고는 선거에 대한 관심도가 크게 떨어지는 경향을 보이기 때문에 후보자토론회에 대한 관심도 그에 비례하여 낮다고 볼 수 있겠지만, 광역의원이나 기초단위 선거 또는 교육감선거 수준의 후보자토론회에 대한 유권자 관심을 분석한 연구는 아직은 없다.

2) 후보자토론회의 유용성

후보자토론회의 유용성에 대한 유권자 인식을 조사한 연구는 대통령선거 후보자토론회 경우로 한정되어 있다. 기존 연구에 의하면, 1997년 제15대 대선에서는 응답자의 약 59%가, 2002년 제16대 대선에서는 응답자의 약 49%가 후보자토론회에 대해 ‘유용한 내용을 담고 있다’는 평가를 하고 있다. 이어 인간성, 리더십, 논리성, 정책공약, 정치성향, 국정수행능력, 미래사회에 대한 비전 등의 항목에 대해 유용성을 질문했을 때는 대체로 ‘후보자 비교에 도움이 되었다’고 평가하는 것으로 나타났으며, 특히 인간성이나 리더십 부문에서 그 유용성을 높이 평가하고 있었다(양승찬 1998; 2003).

2012년 제18대 대선 유권자를 대상으로 한 조사결과에 의하면, 후보자토론회에 대해 응답자의 약 78%가 ‘매우’ 또는 ‘다소 유익했다’로 응답함으로써 과거에 비해 후보자토론회의 유용성을 더 높이 평가하고 있었다(한정택 외 2013). 대선 후보자토론회의 유용성에 대한 유권자의 평가는 2017년에는 더 높게 나타나 응답자의 약 90%가 후보자토론회가 후보자에 대한 정보를 얻는 데 효과적이라고 생각하는 것으로 조사되었다. 특히 응답자의 약 62%가 후보자의 자질을 검증하는 데 효과적이라고 응답하고 있어 후보자의 능력(17.8%)이나 정책(10.9%)보다는 후보자 자질 검증에 유용한 기제로 인식하고 있었다(이소영 외 2017).

이렇게 최근의 대선 후보자토론회의 유용성에 대한 유권자들의 인식은 매우 긍정적인 것으로 나타나고 있지만 지방선거 유권자들이 후보자토론회의 유용성에 대해 어떻게 인식하고 있는지에 대한 조사결과는 아직은 없어 분석의 필요성이 제기된다.

3) 후보자토론회의 공정성

후보자토론회에서 공정성 문제는 참여의 기회, 발언시간, 순서 등에서 후보자들이 동등한 대우를 받았는지 여부를 판단하는 중요한 기준으로서 지속적으로 논란이 되어 오고 있는 문제이다. 그러나 최근의 조사에 의하면, 유권자들은 대선 후보자토론회에 대해 전반적으로 중립적이고 공정하게 진행되었다고 생각하는 것으로 나타났다. 2012년 제18대 대선 후보자토론회 조사에서는 유권자 중 약 69%가 토론회가 공정하게 진행되었다고 평가하였고(한정택 외 2013), 2017년에는 이 수치가 약 78%로 높아졌다. 그러나 공정성에 대한 평가는 성별, 나이, 정당지지에 따라 다르게 나타나는 경향이 있었다(이소영 외 2017).

한편, 2014년 서울시장 선거 유권자들 중에도 조사에 따라 약 72%가 후보자토론회가 중립적이고 공정하게 진행되었다고 판단하였다(송종길 외 2014). 다른 조사에서는 동일한 응답이 87%까지 나타나기도 하였다(한정택 2014). 다만, 18대 대선 및 19대 대선 후보자토론회에 대해서는 ‘매우 공정하였다’는 응답이 각각 16.4% 및 22.5%에 달했던 반면, 2014년 서울시장 선거 후보자토론회에 대해서는 ‘매우 공정하였다’는 응답이 4.8%(송종길 외 2014)와 2.8%(한정택 2014)에 그치고 있어 서울시장 선거 후보자토론회보다는 대선 후보자토론회의 공정성을 더 높이 평가하는 경향이 있음을 알 수 있다.

4) 후보자토론회의 흥미성

후보자토론회의 흥미성은 유권자들을 토론회 시청으로 유인하기 위한 중요한 요인이다. 기존 연구 결과에 의하면, 전반적으로 유권자들은 대선 후보자토론회가 서울시장 선거 후보자토론회보다 더 흥미롭게 진행되었다고 인식하는 것으로 나타났다. 18대 대선과 19대 대선 후보자토론회가 흥미롭게 진행되었다고 응답한 비율은 각각 59.1%와 75.1%에 달했으나 2014년 서울시장 선거 후보자토론회가 흥미롭다고 응답한 비율은 49.8%에 머무르고 있다. 일반적으로 흥미성은 토론의 생동감 및 역동성과 깊은 관계가 있으므로 후보자토론회의 진행이 공정성을 의식하여 기계적으로 진행될 때 흥미성은 더 떨어지는 경향이 있다.

3. 후보자토론회의 효과

후보자토론회의 효과는 후보자토론회를 분석한 대부분의 기존 연구들이 관심을 가져 온 영역이다. 기존 연구들에 의하면, 가장 가시적으로 나타나는 후보자토론회의 효과는 후보자 및 선거에 대한 지식의 습득, 선거에 대한 관심 및 정치효능감의 제고 등 심리·

인지적인 효과, 투표참여 등 참여 효과, 그리고 이슈에 대한 태도 및 후보자 선택에 영향을 미치는 효과로 범주화될 수 있다.

1) 심리·인지적 효과

후보자토론회의 일차적 목적은 유권자들에게 후보자의 능력 및 자질과 정책에 대한 왜곡되지 않은 정보를 제공하여 유권자들로 하여금 후보자를 제대로 평가하게 함으로써 정책 중심의 선거가 될 수 있도록 하는 데 있다. 국내외의 기존 연구들은 후보자토론회가 후보자에 대한 지식을 전달하는 데 중요한 역할을 한다는 것을 밝혀 왔다(문성철·양문희 2009; 양승찬 1999; 이재묵 2017; 이준웅 2003; Best and Hubbard 1999; Kraus 1988). 2014년 지방선거 유권자들을 대상으로 실시한 조사에 의하면, 후보자토론 방송이나 방송연설, 대담 등을 통해 후보자를 인지한다고 응답한 비율이 약 39%로 가장 높았다. 유권자들이 후보자를 인지하는 데 두 번째로 많은 도움을 받는 선거운동 방식은 거리유세나 대면접촉으로서 약 19%에 달했다(한정택 2014).

보다 고무적인 연구결과는 2012년 대선 후보자토론회 관련 연구에 의하면, 후보자토론회를 시청한 사람들은 시청 이후 추가 정보를 찾기 위해 더 활발한 활동을 한다는 것이다. 특히, 지식이 상대적으로 풍부한 유권자들의 경우는 후보자토론회 시청만으로 새로운 정보를 습득하는 데에는 한계가 있지만 후보자토론회 이후에 더 활발한 탐색활동을 하는 것으로 드러나 후보자토론회의 긍정적 효과의 일면을 보여주고 있다(한정택 외 2014).

이러한 정보습득 효과에 바탕하여 후보자토론회는 또한 시청자들의 선거에 대한 관심을 상승시키는 효과가 있는 것으로 평가되고 있다(권혁남 2011; 문성철·양문희 2009; 송종길 외 2014; 이소영 외 2017; 한정택 외 2013; 한정택 2014). 더불어, 기존 연구들은 후보자토론회의 가장 큰 효과의 하나로 정치효능감을 상승시킨다는 것에 주목한다(권혁남 2011; 김하나·오창우 2016; 문성철·양문희 2009). 권혁남(2011)의 연구는 인구학적, 사회경제적 변수 및 TV뉴스시청이나 인터넷에서의 정치정보 습득 등 정치적 효능감에 영향을 미치는 여러 가지 다른 변수를 고려한 경우에도 후보자토론회가 정치적 효능감에 가장 큰 영향을 미치는 변수라는 것을 밝히고 있다. 2012년 대선의 20대 유권자들을 대상으로 실시한 조사에 의하면, 후보자토론회 시청이 정치적 냉소주의를 완화시키고 정치적 효능감을 증가시키는 효과가 있으며, 특히 정치관여도가 높은 유권자들의 정치적 냉소주의 감소와 정치적 효능감 증가가 두드러지는 것으로 나타났다(김하나·오창우 2016). 반면, 2012년, 2014년, 2017년 선거 후보자토론회 시청자들을 대상으로 한 연구 결과들은 후보자토론회가 정치적 효능감 상승에 직접적인 영향을 미치지 않는다는 것으로 보여주고 있다. 여기에는 후보자토론회 시청자들이 일반 유권자들에 비해 정치적 효능감이 이미 높은 편이기 때문이라는 해석이 가능

할 것이다. 후보자토론회와 정치적 효능감의 직접적인 상관성을 발견하지 못한 경우에도 후보자토론회에 대한 관심도가 높은 사람들이 정치적 효능감도 높다는 결과도 있다(송종길 외 2014).

2) 참여 효과

기존 연구들은 또한 후보자토론회가 유권자들을 투표장으로 나가게 하는 참여 효과가 있음에 주목한다(문성철·양문희 2009; 송종길 외 2014; 양승찬 1999; 이재묵 2017; Lassen 2005). 이재묵(2017)의 연구에 의하면, 대선 후보자토론회를 5~6회 이상 시청한 사람들 중에는 97%가 투표참여 의사를 나타낸 반면, 토론회를 한번도 시청하지 않은 사람들은 단 60%만이 투표참여 의사를 피력한 것으로 조사되었다. 특히 양승찬(1999)의 연구결과는 후보자토론회를 시청한 유권자들은 다른 사람들과 선거에 대한 대화를 더 빈번히 하게 되고 이것이 정책관련 지식과 투표 의향 및 후보자 지지의 견 표명 등 참여 행위에 긍정적으로 영향을 미치게 된다는 것을 보여준다.

3) 태도 및 선택에 미치는 효과

후보자토론회 시청이 실제로 유권자의 태도와 후보자 선택에 어떻게 영향을 미치는가 하는 문제는 여전히 논쟁적 이슈이다. 후보자토론회 시청 결과, 유권자가 가지고 있던 기존의 태도와 후보자 선택을 변경하였는지 또는 기존의 태도를 강화하고 지지 후보에 대해 더욱 호감을 갖게 되었는지에 따라 후보자토론회가 '변경'의 효과를 가지는지 혹은 '강화'의 효과를 가지는지 판단할 수 있다. 기존의 연구들은 후보자토론회의 영향은 기존 태도와 지지 후보자에 대한 강화효과가 보다 크게 나타나는 것으로 평가하고 있다(송종길 외 2014; 이강형 2003; 이소영 외 2017; 이준용 1999; 정성호 2006; 한정택 외 2013; Benoit and Hansen 2004; Miller and Machuen 1979). 2014년 서울시장 선거 후보자토론회 시청자들을 대상으로 한 조사결과에 의하면, 후보자토론회 시청 후 '지지 후보자가 바뀌었다'라고 응답한 비율은 4%에 그치고 있는데 반해, '기존 지지 후보자에 더욱 호감을 가지게 되었다'는 응답은 34%에 달했다(송종길 외 2014).

후보자토론회에 대한 관심이 매우 높았던 2017년 대선에서도 기존 후보자 지지를 유지한다고 응답한 비율이 거의 70%에 달했고 그 중 기존 지지 후보자에 더욱 호감을 갖게 되었다고 응답한 비율이 약 38%에 이르렀다. 그러나 제19대 대선 후보자토론회는 안철수 후보의 지지자 이탈에 영향을 미친 것으로 평가되고 있어 후보자토론회 시청의 효과가 기존 지지 후보자의 강화 효과에만 머무르지 않고 지지 후보자 변경에도 중요한 영향을 미칠 수 있다는 것을 보여주고 있다(서정건 2017; 이소영 외 2017).

Ⅲ. 연구의 내용과 방법

1. 연구의 대상 및 내용

본 연구는 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회의 효과를 측정하기 위해 서울시장 선거와 경기도지사 선거 후보자토론회를 대상으로 그 효과를 분석하였다. 서울시장 선거와 경기도지사 선거는 지방선거 중 유권자들이 가장 큰 관심을 가지고 있는 선거이며 가장 많은 유권자를 대상으로 하는 선거이다. 17개 광역시·도 및 교육감, 그리고 시·도의원선거 후보자토론회 전체를 대상으로 포함시키는 것은 비용을 고려하였을 때도 비합리적일 뿐 아니라 선거의 규모나 유권자의 수를 고려하였을 때 대통령선거 후보자토론회 효과와 비교 분석하는 데에도 적절하지 않다.

분석의 대상을 서울시장과 경기도지사 두 선거에 국한함으로써 대통령선거 후보자토론회 효과와의 비교가 용이하고 선거방송토론위원회 주관 및 방송사 주관 후보자토론회를 포함하여 각각 2회의 후보자토론회를 대상으로 할 수 있어 후보자토론회 시청에 따른 효과 측정이 상대적으로 용이하며, 한정된 수의 조사 응답자가 여러 선거에 분산되지 않고 한 선거에 대해 충분한 수의 조사 대상(응답자)을 확보할 수 있다는 이점을 가진다.

본 연구는 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회의 효과를 측정하기 위해 후보자토론회의 제도적 측면, 후보자토론회에 대한 유권자의 인식, 그리고 후보자토론회의 효과적 측면으로 나누어 분석하였다. 각 영역별 분석의 내용과 범위는 <표 Ⅲ-1-1>과 같다.

<표 Ⅲ-1-1> 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 효과 분석 연구의 범위

제도적 측면	후보자토론회의 필요성, 토론시간, 횟수, 진행방식, 사회자 역할, 유권자 접근성 및 참여
유권자 인식적 측면	후보자토론회에 대한 관심도 후보자토론회의 흥미성, 유용성, 공정성
효과적 측면	심리·인지효과: 선거관심, 정치적 효능감, 정책인지, 후보자인지 태도효과: 후보자에 대한 호감도 및 비호감도 참여효과: 투표참여 선택효과: 후보자선택

제도적 측면에서는 후보자토론회의 필요성, 토론시간, 횟수, 진행방식, 사회자 역할, 토론회에 대한 유권자 참여 방식 등을 중심으로 분석한다. 특히 제도적 측면에서는 후

후보자토론회의 효과를 극대화할 수 있는 방안을 모색하기 위해 일차적으로 지방선거의 후보자토론회가 어떠한 제도적 장점과 문제점을 가지고 있는지에 초점을 맞추어 분석을 진행한다.

유권자 인식 측면에서는 후보자토론회에 대한 유권자들의 인식과 평가를 조사·분석한다. 후보자토론회에 대한 유권자들의 관심 정도를 비롯하여 유권자들이 인식하는 후보자토론회의 흥미도, 유용성 및 공정성에 초점을 맞춘다. 유권자들의 후보자토론회에 대한 긍·부정적 인식은 후보자토론회 자체에 대한 유권자들의 신뢰도에 큰 영향을 미치고 궁극적으로 후보자토론회의 효과에 중대한 영향을 미치는 요인이다.

효과적 측면에서는 후보자토론회의 효과를 심리·인지적 효과, 태도효과, 참여효과, 선택효과로 나누어 분석한다. 후보자토론회가 후보자선택 뿐 아니라 선거에 대한 관심, 정치적 효능감, 정책에 대한 인지, 후보자에 대한 인지, 투표참여도, 그리고 후보자에 대한 호감도 및 후보자 선택에 영향을 미치는 정도를 분석함으로써 후보자토론회가 다양한 영역에서 유권자의 정치행태에 영향을 미치는 정도와 방식을 살펴본다.

이 세 측면에서의 분석을 통하여 후보자토론회 효과를 종합적으로 파악하며, 이를 제 19대 대선 후보자토론회의 효과와 비교 분석한다. 이를 바탕으로 후보자토론회의 효과성 제고를 위한 개선 방안을 모색한다.

2. 조사 방법

본 연구는 제7회 전국동시지방선거 중 서울시장과 경기도지사 선거의 후보자토론회 효과를 측정하기 위해 서울시와 경기도의 후보자토론회 전후에 동일한 응답자를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 서울과 경기 지역에 거주하는 만 19세 이상 성인 남녀 중 지방선거 후보자토론회 시청 의향자 2,225명(서울 1,120명, 경기 1,105명)을 대상으로 사전조사를 실시하여 이들 중 60.6%인 1,116명(서울 584명, 경기 532명)이 사후조사에 응답하였다.

〈표 III-2-1〉에 나타나듯이, 사전조사의 표본은 성, 연령, 권역별 인구비례 할당 후 마크로밀 엠브레인 패널에서 무작위로 추출하였으며, 사후조사에서는 사전조사에 응답한 응답자 전체를 대상으로 하였다. 본 연구의 패널은 후보자토론회 시청에 동의한 유권자들로 구성되었기 때문에 한국의 평균 유권자들에 비해 정치적인 관심이나 효능감, 정책인지도 등이 상대적으로 높ی 나타날 가능성이 크며, 이는 모집단인 전체 후보자토론회 시청자들에서도 예상된다.

〈표 III-2-1〉 후보자토론회 효과 분석 조사설계

사전조사	
조사대상	서울/경기 거주 만 19세 이상 성인 남녀 중 시·도지사선거 후보자토론회 시청 의향자 (마크로밀 엠브레인 인터넷 패널 대상)
표본수	서울: 1,120명 경기: 1,105명
응답률	46.1% (메일 발송 수 20,438 ; 최종 응답 수 2,225)
조사방법	구조화된 설문지를 이용한 온라인 조사
표본추출	성, 연령, 권역별 인구비례 할당 후 마크로밀 엠브레인 패널에서 무작위 추출*
조사기간	2018년 5월 24~28일
조사기관	마크로밀 엠브레인
사후조사	
조사대상	서울/경기 거주 만 19세 이상 남녀로 사전조사에 참여한 2,225명
표본수	서울: 584명 경기: 532명
응답률	60.6% (메일 발송 수 2,225; 최종 응답 수 1,116)
조사방법	구조화된 설문지를 이용한 온라인 조사
표본추출	사전조사 참여자 전수
조사기간	2018년 6월 14~20일
조사기관	마크로밀 엠브레인

* 마크로밀 엠브레인의 온라인 패널 약 130만 명 중 약 58%(서울과 경기 각각 29%)에 해당하는 약 75만 명 중에서 무작위 추출함. 본 온라인 패널은 남성 42.2%, 여성 57.8%로 구성되어 있으며, 연령별로는 19세 이하 5.8%, 20~29세 35.2%, 30~39세 30.2%, 40~49세 18.7%, 50세 이상 10%로 이루어져 있다. 패널은 자발적 참여 및 out-bound 형태로 모집되며, 패널 전원에 대한 본인확인 및 실명확인 절차를 거쳐 신뢰성을 확보한 패널로 구성된다.

본 연구의 주요 설문 문항은 〈표 III-2-2〉과 같이 구성되어 있다. 이 문항들 외에 응답자의 연령, 거주지, 고향, 성별, 교육수준, 가구 월평균 소득, 고용상태, 직업, 지지 정당, 이념 등에 관한 질문 문항이 포함되었다.

〈표 III-2-2〉 설문 문항 구성

설문문항	사전	사후
후보자토론회 시청 의향 또는 시청 여부	√	√
후보자토론회 시청 횟수		√
선거방송토론위원회 주관 후보자토론회 시청 여부		√
제7회 전국동시지방선거에 대한 관심도	√	√
후보자토론회에 대한 관심도		√
후보자 선택 시 주요 고려 요인	√	
광역단체장선거(시장·도지사) 투표 의향 또는 투표 여부	√	√
제19대 대선 투표 후보	√	
제7회 지방선거 서울시장(경기도지사)선거 투표 후보		√
제6회 지방선거 서울시장(경기도지사) 후보자토론회 시청 여부	√	
제6회 지방선거 서울시장(경기도지사) 선거 후보자토론회가 투표참여 의향에 미친 영향	√	
제6회 지방선거 광역단체장(시장·도지사) 선거 후보자토론회가 투표결정에 미친 영향	√	
내적 효능감: 누구에게 투표하는가가 중요	√	√
외적 효능감: 누가 권력을 잡느냐가 중요	√	√
공중파를 통한 후보자토론회 진행 필요성에 대한 의견	√	
후보자 호감도	√	√
선거방송토론위원회 주관 후보자토론회 1회 횟수 충분성	√	
후보자토론회 3회 횟수 충분성	√	
후보자토론회 2회 횟수 충분성		√
후보자토론회 시간의 적절성		√
여론조사 상위권 주요 후보자들만의 토론회 필요성		√
후보자토론회 유형 선호		√
후보자토론회 진행방식 선호		√
후보자토론회 진행방식: 상호 간 정책 검증 방식 만족도		√
공정하고 흥미로운 토론이 되기 위한 사회자 역할	√	√
사회자 역할에 대한 평가		√
적절한 유권자 참여 방식		√
후보자토론회를 통한 후보자 자질, 정책, 국정수행능력 비교		√
후보자 정책 공약 인지도	√	√
후보자토론회에서 나온 개별 후보자 정책 공약에 대한 인지		√
후보자토론회를 통한 새로운 이슈 습득 여부		√

설문문항	사전	사후
후보자토론회를 통한 이슈 관심도 제고		√
후보자토론회 시청 후 주변 사람들과 대화		√
후보자토론회에서 가장 잘 검증된 영역		√
후보자토론회를 통한 대선 쟁점 정보 획득 효과성		√
후보자토론회를 통한 선거정보 획득 효과성	√	
후보자토론회 진행의 공정성	√	√
후보자토론회의 흥미성	√	√
후보자토론회의 유익성		√
이번 서울시장(경기도지사) 후보자토론회가 지지 후보자 결정에 미친 영향 정도		√
이번 서울시장(경기도지사) 후보자토론회가 후보자 지지에 영향을 미치는 방식		√
가장 토론을 잘했다고 생각하는 후보자		√
이번 서울시장(경기도지사)선거 후보자토론회의 문제점		√
지지 후보자 선택 정보 획득 매체		√
공공문제 정보 획득 매체	√	

3. 응답자 특성

본 연구의 대상인 사후 설문조사 응답자들의 특성은 <표 III-3-1>와 같다.

<표 III-3-1> 응답자 특성

		서울 (전체 584명)		경기 (전체 532명)	
		사례수	%	사례수	%
성별	남성	315	53.9	291	54.7
	여성	269	46.1	241	45.3
연령별	19-29세	119	20.4	101	19.0
	30대	119	20.4	111	20.9
	40대	144	24.7	133	25.0
	50대	122	20.9	125	23.5
	60대 이상	80	13.7	62	11.7
후보자토론회 시청 횟수	1회	364	62.3	356	66.9
	2회	220	37.7	176	33.1

		서울 (전체 584명)		경기 (전체 532명)	
		사례수	%	사례수	%
선거방송토론위원회 주관 후보자토론회 시청 여부	시청 안함	199	34.1	187	35.2
	위원회 주관 토론회만	158	27.1	157	29.5
	둘 다 시청	220	37.7	176	33.1
	모름	7	1.2	12	2.3
선거기간 정보 습득 매체	TV	268	45.9	223	41.9
	신문	27	4.6	20	3.8
	팟캐스트	1	0.2	1	0.2
	인터넷포털이나 블로그	205	35.1	211	40.0
	SNS	41	7.0	31	5.8
	선거홍보물	41	7.0	43	8.1
	기타	1	0.2	3	0.6
투표 후보자 정당별	더불어민주당	366	62.7	338	63.5
	자유한국당	46	7.9	114	21.4
	바른미래당	85	14.6	22	4.1
	정의당	13	2.2	16	3.0
	기타	12	2.1	1	0.2
	모름/무응답	62	10.6	41	7.7
이념 성향별	진보(0~4)	245	42.0	232	43.6
	중도(5)	177	30.3	161	30.3
	보수(6~10)	161	27.6	136	25.6
	모름	1	0.2	3	0.6
최종 학력별	중졸 이하	3	0.5	2	0.4
	고교 졸업	92	15.8	104	19.6
	대학교 졸업	414	70.9	370	69.6
	대학원 이상	75	12.8	56	10.5
고용직 중 현재 고용 상태	정규직	321	85.2	287	84.2
	비정규직	56	14.8	54	15.8

		서울 (전체 584명)		경기 (전체 532명)	
		사례수	%	사례수	%
직업별	사무직	240	41.1	201	37.8
	자영업	45	7.7	33	6.2
	판매/서비스	22	3.8	21	4.0
	기능/숙련직	11	1.9	6	1.1
	생산/노무직	8	1.4	15	2.8
	경영/관리직	45	7.7	43	8.1
	전문직	51	8.7	55	10.3
	농/임/어업	0	0	1	0.2
	학생	46	7.9	40	7.5
	주부	79	13.5	82	15.4
	무직	18	3.1	19	3.6
	기타	19	3.3	16	3.0
가구 월평균 소득	200만 이하	36	6.2	43	8.0
	201-300만원	67	11.5	63	11.8
	301-400만원	100	17.1	84	15.8
	401-500만원	103	17.6	112	21.1
	501-600만원	92	15.8	74	13.9
	601만 이상	182	31.2	148	27.8
	모름	4	0.7	8	1.5
지지 정당별	더불어민주당	284	48.6	304	57.1
	자유한국당	31	5.3	33	6.2
	바른미래당	34	5.8	26	4.9
	민주평화당	3	0.5	0	0
	정의당	37	6.3	24	4.5
	기타	10	1.7	2	0.4
	없음	164	28.1	126	23.7
	모름	21	3.6	17	3.2

4. 분석방법

본 연구는 후보자토론회의 제도, 인식, 효과에 대한 종합적인 분석을 위해 두 번의 패널 설문조사 결과를 기반으로 빈도분석, 교차분석, 회귀분석 등을 실시하였다. 빈도 분석은 설문조사 결과가 어떠한 분포를 보이고 있는지를 파악하기 위한 분석으로서 빈도분석을 통하여 유권자들이 기본적으로 후보자토론회에 대해 어떻게 인식하고 있는지를 알 수 있다. 교차분석은 두 문항 간의 상세한 분포를 통해 어떠한 요인이 주요 변인들과 관련을 맺고 있는지를 분석하기 위해 활용된다.

이와 더불어, 본 연구는 후보자토론회 효과를 보다 심도 있게 파악하고자 여러 주요 변인들에 대해 회귀분석도 함께 진행하였다. 회귀분석을 통하여 후보자 선택, 후보자에 대한 호감도, 후보자의 토론에 대한 평가, 후보자토론회의 공정성, 정치적 효능감 등의 종속변수에 대한 후보자토론회 관련 변수들의 영향을 인구학적·사회경제적 변수 및 심리·인지적 변수를 통제한 가운데 분석한다. 종속변수의 선택지가 세 개 이상일 경우에는 다중회귀분석 방법을, 선택지가 두 개인 경우는 필요에 따라 프로빗(probit) 분석, 순서형로짓(ordered logit) 분석 또는 순서형프로빗(ordered probit) 분석 등을 실시하였다. 마지막으로, 후보자 선택에 있어서는 다항로짓(multinomial logit)분석을 통하여 후보자토론회가 어떠한 역할을 하였는지를 살펴보았다. 이 분석에서는 서울은 박원순 후보 대비 유권자들이 나머지 각 후보를 선택할 가능성에 대한 후보자토론회의 영향을, 경기도는 이재명 후보 대비 나머지 각 후보자를 선택할 가능성에 대한 후보자토론회의 영향을 살펴보았다.

IV. 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 개최 현황

1. 시·도지사, 교육감 및 구·시·군의 장선거 후보자토론회 개최 현황

2018년 제7회 전국동시지방선거에서 시·도 및 구·시·군 선거방송토론위원회가 주관하여 개최된 후보자토론회는 총 358회로 2014년의 353회와 비슷한 횟수를 보였다. 이 중 시·도지사선거 후보자토론회가 23회, 시·도교육감선거 후보자토론회가 21회, 비례대표 시·도의원선거 후보자토론회가 30회, 그리고 구·시·군의 장선거 후보자토론회가 284회 개최되었다.

23회의 시·도지사선거 후보자토론회 중 국회에 5인 이상 소속의원을 가진 정당이 추천한 후보자들로 이루어지는 공직선거법상의 초청대상 후보자토론회는 각 시·도별 1회씩 총 17회 개최되었다. 이번 지방선거는 다당제 구도로 치러진 만큼, 시·도지사선거 또한 양자 경쟁구도보다는 3~5인 구도가 많았다. 17개 시·도 중 2개 지역에서 2인 토론이 이루어졌으며, 6개 지역에서는 3명이, 2개 지역에서는 5명이, 그리고 나머지 7개 지역에서는 4명이 초청대상 후보자토론회에 참여하였다. <표 IV-1-1>에서 알 수 있듯이, 이번 선거에서는 선거방송토론위원회 주관 시·도지사 후보자토론회가 모두 밤 11시 이후에 약 90분~100분 정도 방영되어 유권자들의 접근성이 다소 제한되는 경향이 있었다. 2014년에는 저녁시간이나 오후 9시 경 또는 10시 경에 후보자토론회 방영이 시작된 경우도 있었으나 이번 선거 기간에 개최된 시·도지사 후보자토론회는 방영 시간이 모두 11시 이후로 배정되어 서울시장 선거 후보자토론회의 시청률이 방송 3사 합계 약 5%에 불과하는 등 전체적으로 시청률이 저조했던 것으로 조사되었다. 물론 지방선거 후보자토론회는 대선 후보자토론회에 비해 유권자의 관심이 덜하고 이번 지방선거는 특히 남북미 관계 등 대규모 이슈에 묻혀 그 관심이 약한 것이 사실이었지만, 지난 대선 후보자토론회의 시청률이 38%를 상회하였던 것과 비교한다면 이번 지방선거 후보자토론회의 시청률은 지극히 낮은 편으로, 이는 방영시간대와 일정 정도 관련이 있을 것으로 추정된다.

〈표 IV-1-1〉 6.13 지방선거 시·도지사 후보자토론회 개최 현황 (초청)

시·도	후보자	사회자	방송일시	중계방송사 (밀출: 개최장소)
서울	박원순(민), 김문수(한), 안철수(바), 김종민(정)	김진수 (KBS 해설국장)	6. 7.(목) 23:15	KBS, MBC, SBS
부산	오거돈(민), 서병수(한), 이성권(바), 박주미(정)	이경찬 (교수)	6. 5.(화) 23:15	KBS부산, 부산MBC
대구	임대윤(민), 권영진(한), 김형기(바)	김세화 (기자)	6. 4.(월) 23:10	대구MBC
인천	박남춘(민), 유정복(한), 문병호(바), 김응호(정)	윤도한 (MBC 논설위원)	6. 4.(월) 23:15	MBC
광주	이용섭(민), 전덕영(바), 나경채(정)	김광상 (기자)	6. 7.(목) 23:15	KBS광주
대전	허태정(민), 박성호(한), 남충희(바), 김윤기(정)	이용순 (대전KBS 보도국 편집국장)	6. 7.(목) 23:15	KBS대전
울산	송철호(민), 김기현(한), 이영희(바)	정준대 (교수)	6. 7.(목) 23:15	KBS울산, 울산MBC
세종	이춘희(민), 송아영(한), 허철회(바)	송인암 (교수)	6. 4.(월) 23:10	대전MBC
경기	이재명(민), 남경필(한), 김영환(바), 이홍우(정)	윤도한 (MBC 논설위원)	6. 5.(화) 23:15	MBC, KBS, SBS
강원	최문순(민), 정창수(한)	한진만 (교수)	6. 7.(목) 23:15	춘천MBC, KBS춘천
충북	이시종(민), 박경국(한), 신용한(바)	이영락 (아나운서)	6. 7.(목) 23:10	MBC충북
충남	양승조(민), 이인제(한)	송인암 (교수)	6. 7.(목) 23:15	대전MBC
전북	송하진(민), 신재봉(한), 임정엽(평), 권태홍(정), 이광석(민중)	함윤호 (아나운서)	6. 7.(목) 23:10	KBS전주
전남	김영록(민), 박매호(바), 민영삼(평), 노형태(정), 이성수(민중)	김낙곤 (기자)	6. 7.(목) 23:10	광주MBC
경북	오종기(민), 이철우(한), 권오을(바), 박창호(정)	김명환 (기자)	6. 5.(화) 23:15	KBS대구
경남	김경수(민), 김태호(한), 김유근(바)	노병무 (전 아나운서)	6. 7.(목) 23:15	KBS창원, MBC경남
제주	문대림(민), 김방훈(한), 장성철(바), 원희룡(무)	조강섭 (KBS제주보도국장)	6. 5.(화) 23:15	KBS제주, 제주MBC

* 민: 더불어민주당, 한: 자유한국당, 바: 바른미래당, 평: 민주평화당, 정: 정의당, 민중: 민중당, 무: 무소속

* 자료제공: 중앙선거방송토론위원회

지역별로 1회씩의 초청대상 후보자토론회가 개최된 교육감선거 역시 시·도지사 후보자토론회와 마찬가지로 밤 11시 이후나 시청률이 낮은 평일 오전 또는 낮 시간대에 대부분 방영되었다.²⁾ 일요일에 방영된 후보자토론회의 경우, 세종은 오후 시간(오후 12시 10분)에 방영되었으나 광주에 방송이 시작되어 여전히 접근성이 낮은 편이었다. 교육감선거 후보자토론회는 해당 선거방송토론위원회와 중계주관방송사 간의 협의를 통해 보통 90분 정도 진행되고 있으나, 후보자가 2인인 경우에는 60분 정도로 진행되고 있다. 교육감선거는 후보자들의 소속정당이 없는 선거이기 때문에 유권자들의 입장에서는 후보자에 대해 제대로 알지 못할 경우 후보자를 선택하기가 매우 어려운 선거이다. 이 때문에 후보자의 자질과 정책에 대한 정보를 제공하는 후보자토론회의 중요성은 아마도 다른 어떤 선거에서보다 교육감선거에서 더 크다고 할 수 있다. 따라서 시청접근성이 낮은 시간대에 개최되거나, 다소 짧은 시간동안 토론회가 진행될 경우 그 의의와 역할이 감소되고 형식적 의미에 그칠 수밖에 없다.

한편, 시·도지사선거와 시·도교육감선거 후보자토론회에서는 모두 토론회의 사회자가 언론인과 교수에 국한되어 있다. 17개 광역단체 중 시·도지사선거 후보자토론회에는 5개 지역에서 그리고 교육감선거 후보자 초청토론회에는 6개 지역에서 교수가 사회를 맡았으며, 나머지 지역에서는 모두 사회자가 언론인들이었다.

〈표 IV-1-2〉 6.13 지방선거 시·도교육감선거 후보자토론회 개최 현황 (초청)

시·도	후보자	사회자	방송일시	중계방송사 (밑줄: 개최장소)
서울	조희연, 조영달, 박선영	강재형 (MBC 아나운서)	6. 4.(월) 10:00	MBC
부산	함진홍, 박효석, 김석준, 김성진	김영일 (교수)	6. 4.(월) 23:15	<u>부산MBC</u> KBS부산
대구	강은희, 김사열, 홍덕률	김세화 (기자)	6. 5.(화) 14:30	대구MBC
인천	도성훈, 고승의, 최순자	김은성 (아나운서)	6. 7.(목) 10:00	KBS
광주	이정선, 장휘국, 최영태	김낙곤 (기자)	6. 3.(일) 07:35	MBC광주
대전	성광진, 설동호	이용순 (대전KBS 보도국 편집부장)	6. 5.(화) 23:15	KBS대전
울산	권오영, 박흥수, 노옥희, 구광렬, 정찬모, 김석기	김진영 (교수)	6. 5.(화) 23:15	<u>울산MBC</u> KBS울산

2) 전라남도에는 초청의 후보자토론회만 개최.

시·도	후보자	사회자	방송일시	중계방송사 (밑줄: 개최장소)
세종	최교진, 송명석, 최태호	정순오 (교수)	6. 3.(일) 12:10	대전MBC
경기	배종수, 송주명, 임해규, 이재정	김은성 (KBS 아나운서)	6. 4.(월) 10:00	KBS
강원	신경호, 민병희	김원동 (교수)	6. 5.(화) 23:15	<u>KBS춘천</u> 춘천MBC
충북	김병우, 심의보	이해수 (아나운서)	6. 5.(화) 23:15	KBS청주
충남	명노희, 김지철, 조삼래	송인암 (교수)	6. 5.(화) 23:15	대전MBC
전북	서거석, 김승환, 황호진, 이미영	임성진(교수)	6.4.(월) 23:06	전주MBC
전남	초청대상 후보자토론회 개최되지 않음			
경북	안상섭, 이경희, 이찬교, 임종식	김상배 (기자)	6. 7.(목) 23:15	KBS대구
경남	박종훈, 박성호	문철진 (앵커)	6. 1.(금) 18:10	MBC경남
제주	김광수, 이석문	김연선 (제주MBC보도부장)	6. 4.(월) 23:15	제주MBC, KBS제주

* 자료제공: 중앙선거방송토론위원회

다음으로, 구·시·군의 장선거 후보자토론회는 총 284회 개최되었으며, 지역별로 지역케이블TV가 중계를 한 곳이 많았다. 예를 들어, 서울, 인천, 경기도에서 개최된 구·시·군의 장선거 후보자토론회는 모두 지역 케이블사인 티브로드, CJ헬로, 현대HCN, 딜라이브 등에서 방영하였다. 이렇게 공중파가 아닌 케이블TV를 통해 방영된 결과 유권자들의 접근성이 공중파 채널에 비해 낮기는 하지만 대부분 오후 8시~11시 사이의 황금시간대에 방영되는 이점은 있었다. 대체로 전국적으로 구·시·군의 장선거 후보자토론회는 1시간~1시간 20분 정도 진행되었으나, 케이블TV에서 방영된 경우 보통 2시간 동안 진행되어 케이블TV 활용이 후보자토론회를 통해 전달되는 정보의 양에 있어서도 다소 이점이 있다고 볼 수 있다.

2. 서울시장 선거 및 경기도지사 선거 후보자토론회 현황

본 연구의 대상이 되는 서울시장 선거와 경기도지사 선거에는 서울시선거방송토론위원회와 경기도선거방송토론위원회가 주관한 후보자토론회 1회씩, 그리고 KBS 초청 후보자토론회 1회씩 각각 총 2회씩의 후보자토론회가 열렸다. 종합편성채널인 JTBC가 주관하는 후보자토론회가 지지도가 높은 서울시장 후보자와 경기도지사 후보자들만을 초청하여 개최될 계획이었으나 이 토론회에 초청받지 못한 후보자들의 이의 제기와 그에 따른 여론의 악화로 무산되었다.

〈표 IV-2-1〉 서울시장 선거 및 경기도지사 선거 후보자토론회 현황

시·도	주관	진행방식	사회자	방송일시
서울	서울특별시 선거방송 토론위원회	①오프닝 ②기조연설 ③사회자 공통질문 ④상호정책검증토론 ⑤맺음말 ⑥클로징	김진수 (KBS 해설국장)	6. 7.(목) 23:15-0:55
	KBS	①오프닝 ②후보자 인사말 ③사회자 공통질문 ④상호정책검증토론 ⑤ 시민의 질문(영상) ⑥키워드로 후보 알기(나에게 ~란) ⑦시간 총량제 자유토론 ⑧맺음말 ⑨클로징	엄경철 (KBS 주간)	5.30.(수) 22:00-24:00
경기	경기도 선거방송 토론위원회	①오프닝 ②기조연설 ③상호정책검증토론 ④사회자 공통질문 ⑤주도권토론 ⑥맺음말 ⑦클로징	윤도한 (MBC 논설위원)	6. 5.(화) 23:15-0:55
	KBS	①오프닝 ②후보자 인사말 ③사회자 공통질문 ④상호정책검증토론 ⑤ 시민의 질문(영상) ⑥키워드로 후보 알기(나에게 ~란) ⑦시간 총량제 자유토론 ⑧맺음말 ⑨클로징	엄경철 (KBS 주간)	5.29.(화) 22:00-24:00

한편, 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회는 사전투표에 참여하는 유권자들을 고려하여 사전투표일 직전에 실시되었으며 앞서 언급했듯이 시청자들의 접근성이 낮은 밤 늦은 시간에 약 100분간 진행되었다. 반면 방송사가 5월 말에 자체적으로 주관한 후보자토론회는 밤 10시부터 2시간 동안 방영되었다.

〈표 IV-2-1〉에서 알 수 있듯이, 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회와 방송사 주관 후보자토론회 모두 다양한 토론진행방식을 활용하여 후보자를 다각도로 검증하고자 하는 노력이 엿보인다. 둘 모두 사회자의 공통질문에 대한 개별 후보자의 답변 방식은 최소화한 반면, 후보자 서로 간 토론을 통해 정책을 검증하는 상호정책검증토론과 후보자가 정해진 시간 내 자유롭게 토론을 벌이는 자유토론, 그리고 한 후보자가 정해진

시간 내에 주도권을 쥐고 자유롭게 토론을 진행하는 주도권 토론이 전개되었다. 특히 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회와 방송사 주관 후보자토론회에서 모두 활용된 상호정책검증토론은 각 후보자가 자신의 정책을 발표한 뒤에 상대 후보자들과 1대1로 검증하는 방식으로서 그 논제가 정책공약에 한정되어 있어 토론 과정에서 정책에 초점을 맞출 수 있고 정해진 시간 내에서 답변과 반론 및 재반론이 가능하다는 점에서 긍정적인 평가가 가능하다.

자유토론과 주도권토론 역시 반론과 재반론이 가능하며 다양한 주제를 토론할 수 있고 후보자의 토론 능력을 잘 평가할 수 있는 방식이라는 장점이 있다. 그러나 이 방식은 상호정책검증토론과 같이 정책에 그 의제가 제한되어 있지 않기 때문에 정책검증을 넘어 상호비방이나 공격성 발언이 가능하다는 단점이 있다. 정책보다는 후보자 개인의 사생활 문제가 토론의 이슈가 되었던 이번 경기도지사 선거 후보자토론회에서 이러한 단점이 명확히 관찰되었다고 하겠다.

한편, 각 후보자토론회는 모두 사회자의 공통질문에 대해 1분에서 1분 30초 정도로 후보자가 답변하는 사회자공통질문 순서를 두고 있는데, 질문주제가 후보자들에게 미리 주어지는데다 답변 시간이 매우 짧고 반론이나 재질문의 기회가 없어 질의응답이 역동적이지 못하고 피상적인 수준에 그치는 경향이 있었다.

V. 서울시장 및 경기도지사 선거의 후보자토론회 효과 분석

1. 제도적 측면

2018년 6월 13일 치러진 제7회 전국동시지방선거 투표율은 60.2%였다. 전국동시지방선거 투표율이 60%대를 기록한 것은 1995년 제1회 전국동시지방선거(68.4%) 이후 23년 만이다. 투표 마감 결과, 전체 유권자 4,290만 7,715명 가운데 2,584만 2,758명이 투표에 참여해 60.2%의 투표율을 보였고, 이는 2014년 제6회 전국동시지방선거(56.8%)보다 3.4% 높았다. 2018년 6월 8일부터 이틀 동안 실시된 전국동시지방선거 사전투표율(20.14%) 역시 제6회 전국동시지방선거 사전투표율(11.5%)보다 2배가량 높았다. 이렇게 투표율이 높은 것은 2017년 5월 대통령선거 과정에서 보여준 국민들의 높은 정치의식과 참여 열기가 이어졌기 때문이라고 평가되고 있다. 유권자들의 제7회 전국동시지방선거에 대한 관심이 어느 지방선거 때보다 높은 가운데 후보자에 대한 정보 제공자 역할을 하는 후보자토론회의 중요성도 매우 클 것으로 예상되었다.

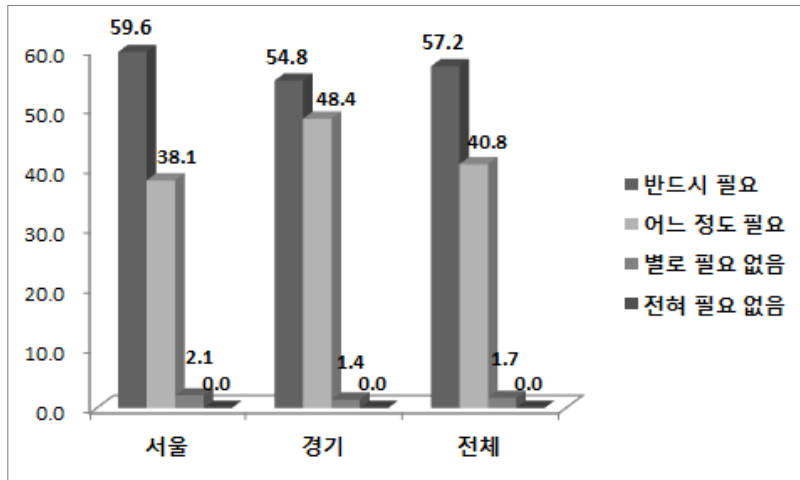
그렇다면, 20여 년 만에 높은 투표율로 치러진 제7회 전국동시지방선거 과정에서 후보자토론회는 적절한 역할을 수행했을까? 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회의 효과를 분석하기 위해 이 절에서는 우선 이번 지방선거 후보자토론회의 제도적 측면에 주목하여 논의한다. 논의는 유권자들이 이번 선거과정에서 실시된 후보자토론회의 형식이나 제도에 대해서 어떻게 평가하고 있는가를 중심으로 진행한다.

1) 후보자토론회의 필요성, 횟수, 진행시간

선거방송토론위원회는 공직선거법 제82조의2에 의하여 후보자토론회를 개최하고 있다. 또한 공직선거법 제82조에 의하여 개별 언론기관도 독자적으로 혹은 연합하여 후보자토론회를 개최할 수 있다. 우리나라에서 공직선거 후보자를 대상으로 실시되는 후보자토론회는 지방자치제도가 제도입된 1995년 서울시장 선거에서 처음으로 도입되었으나, 후보자토론회가 법적으로 의무화된 것은 1997년 공직선거법 개정을 통해서이다. 이에 따라 1997년 대통령선거에서부터 공직선거 후보자토론회가 시작되었다. 2004년 선거법 개정을 통하여 각급선거관리위원회 산하에 '선거방송토론위원회'가 상설화되면서 후보자토론회는 활성화되었고, 대통령선거뿐만 아니라 국회의원선거와 기초자치단체장 선거까지 후보자토론회가 확대 적용되어 왔다.

〈그림 V-1-1〉 후보자토론회 필요성 (사전조사)

(단위: %)



사전 설문조사 결과, 응답자들은 후보자토론회의 필요성에 대해 공감하고 있었다. 서울 지역의 경우 전체 응답자의 97.7%가 후보자토론회가 필요하다고 응답(반드시 필요 59.6%, 어느 정도 필요 38.1%)하였고, 경기 지역의 경우 전체 응답자의 98.2%가 후보자토론회가 필요하다고 응답(반드시 필요 54.8%, 어느 정도 필요 43.4%)하였다. 전체적으로 서울·경기 지역에서 98%에 해당하는 응답자가 후보자토론회가 필요하다고 응답하여, 공직선거 과정에서 후보자토론회가 절실하게 요구되고 있음을 입증하였다.

그렇다면 유권자들은 이번 제7회 전국동시지방선거에서 실시된 후보자토론회의 횟수에 대해서는 만족하고 있을까?

〈표 V-1-1〉 후보자토론회 시청 횟수 (사후조사)

후보자토론회 시청	응답자 수 (%)	
	서울시	경기도
1회	364 (62.33)	356 (66.92)
2회	220 (37.67)	176 (33.08)
계	584	532

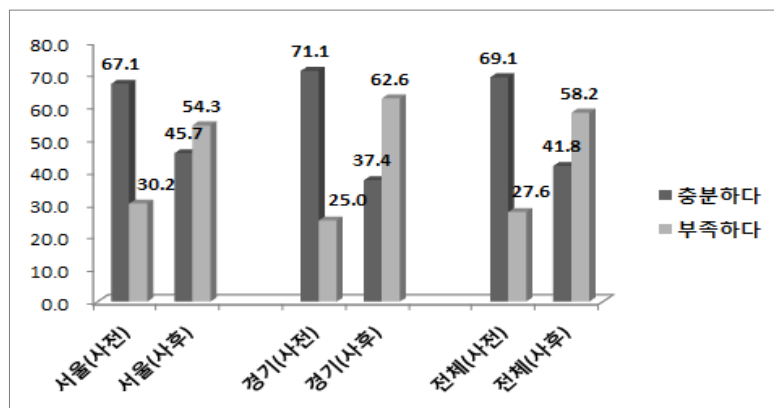
제7회 전국동시지방선거에서 서울시장 선거 후보자토론회는 서울특별시선거방송토론위원회가 주관하는 법정 후보자토론회 1회와 KBS 초청 후보 토론회 1회 등 두 차례 진행되었고, 경기도지사 선거 후보자토론회 역시 경기도선거방송토론위원회가 주관하는 법정 후보자토론회 1회와 KBS 초청 후보자토론회 1회가 진행되었다. 서울시민을 대상으로 한 설문 조사 결과에 따르면, 후보자토론회 시청 의향을 밝혔던 1,122명 중

584명이 한번이라도 후보자토론회를 시청하였다고 응답하였다. 반면, 경기도민을 대상으로 한 조사에서는 시청 의향이 있었던 1,107명 중 532명이 후보자토론회를 시청한 것으로 나타났다. 이들 중 두 번의 후보자토론회를 모두 시청하였다고 응답한 서울시 유권자는 약 후보자토론회 시청자의 38%에 해당하는 220명이었으며, 한 번만 시청한 유권자는 364명으로 약 62%였다. 경기도의 경우 한번 시청한 유권자의 비율은 약 67%, 두 번 모두 시청한 사람들의 비율은 약 33%였다.

후보자토론회의 횟수는 유권자의 알권리 확보라는 측면에서 볼 때, 후보자토론회를 통한 다양한 정치정보의 획득도 중요하지만, 너무 많은 횟수의 토론회는 공직선거 후보자로 하여금 정책개발 시간까지 박탈할 가능성도 있기 때문에 적절한 횟수는 토론회의 성과를 가늠하는 데 중요한 영향을 미친다. 너무 잦은 후보자토론회는 선거분위기를 조기 과열시키고 유권자의 판단을 흐리게 할 수 있는 반면, 후보자토론회의 횟수가 너무 적으면 유권자들의 알권리에 침해가 될 수 있고, 정치정보 획득을 곤란하게 할 우려가 있다.

〈그림 V-1-2〉 후보자토론회 횟수에 대한 의견 (사전/사후조사)

(단위: %)



사전조사와 사후조사 결과를 비교한 〈그림 V-1-2〉에 따르면, 사전조사에서는 후보자토론회 횟수가 충분하다는 응답(서울 67.1%, 경기 71.1%, 전체 69.1%)이 높았으나, 사후조사에서는 후보자토론회 횟수가 부족하다는 응답(서울 54.3%, 경기 62.6%, 전체 58.2%)이 높게 나타났다. 주목할 만한 점은 후보자토론회를 시청하였다는 응답자들만을 대상으로 한 사후조사 결과, 응답자들은 후보자토론회의 횟수가 부족하였다고 답했다는 사실이다. 이는 앞서 밝힌 바대로 이번 제7회 전국동시지방선거에 대한 유권자의 관심이 지대했음에도 불구하고, 실제로 후보자토론회를 시청한 유권자들의 요구를 충족시킬 만큼 충분하지는 못했다는 것을 의미한다 하겠다.

〈표 V-1-2〉 선거 관심과 후보자토론회 횟수 (사후조사)

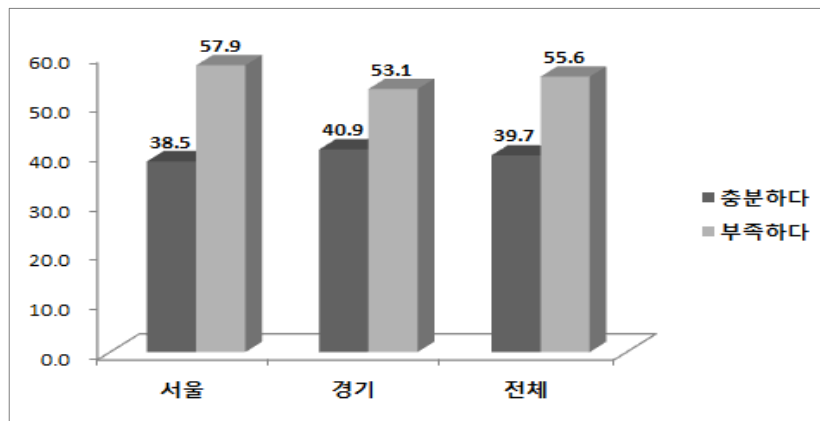
(단위: 명 (%))

선거 관심	후보자토론회 횟수					
	충분했다			부족했다		
	서울	경기	전체	서울	경기	전체
매우 높음	120 (48.0)	96 (34.2)	216 (40.7)	130 (52.0)	185 (65.8)	315 (59.3)
약간 높음	139 (43.6)	95 (40.8)	134 (44.1)	180 (56.4)	233 (59.2)	413 (55.9)
약간 낮음	8 (57.1)	8 (47.1)	16 (51.6)	14 (42.9)	17 (52.9)	31 (48.4)
매우 낮음	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	2 (100.0)

사후조사만을 분석한 〈표 V-1-2〉을 보면, 선거관심이 높은 응답자들이 후보자토론회의 횟수가 부족했다고 응답한 경우가 많았다. 전체적으로 선거 관심도가 매우 높았던 응답자의 59.3%, 선거 관심도가 약간 높았던 유권자의 55.9%는 사후조사에서 후보자토론회 횟수가 부족했다고 응답하였다.

〈그림 V-1-3〉 선거방송토론회 주관 토론회 횟수에 대한 의견 (사후조사)

(단위: %)



제7회 전국동시지방선거에서 선거방송토론회위원회 주관 후보자토론회 횟수에 관한 의견을 정리한 〈그림 V-1-3〉을 보면, 후보자토론회를 시청한 응답자들의 경우 선거방송토론회 주관 토론회 횟수에 대해 '부족하다'는 의견이 상대적으로 많았다. 서울 지역의 경우 57.9%, 경기 지역의 경우 53.1%, 전체적으로 55.6%의 응답자들이 선거방송토론회 주관 토론회 횟수의 확대가 필요하다고 응답한 것이다.

〈표 V-1-3〉 선거 관심과 선거방송토론위원회 주관 토론회 횟수 (사후 조사)

(단위: 명 (%))

선거 관심	선거방송토론위원회 주관 토론회 횟수					
	충분했다			부족했다		
	서울	경기	전체	서울	경기	전체
매우 높음	214 (42.6)	209 (40.1)	423 (41.3)	282 (56.2)	289 (55.5)	571 (55.9)
약간 높음	189 (35.4)	206 (41.5)	394 (38.4)	323 (60.5)	254 (51.2)	575 (56.0)
약간 낮음	28 (35.4)	36 (41.9)	64 (38.8)	40 (50.6)	43 (50.0)	83 (50.3)
매우 낮음	0 0.0	1 (100.0)	1 (25.0)	3 (100.0)	0 (0.0)	3 (75.0)

사후조사만을 분석한 〈표 V-1-3〉를 보면, 선거에 관심이 있는 응답자들이 ‘선거방송토론위원회 주관’ 후보자토론회의 횟수가 부족했다고 응답한 경우가 많았다. 선거 관심도가 매우 높았던 응답자의 55.9%(서울 56.2%, 경기 55.5%), 선거 관심도가 약간 높았던 유권자의 56.0%(서울 60.2%, 경기 51.2%)는 사후조사에서 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회의 횟수가 부족했다고 응답하였다.

후보자토론회 횟수와 관련하여 응답자들은 사전조사에서는 충분하다는 응답이 많았으나, 사후조사에서는 후보자토론회 횟수가 부족하다는 응답이 많았다. 물론 이러한 결과가 후보자토론회 횟수의 문제라고 단정 지어 말할 수는 없으나, 토론회가 얼마나 공정하고 형평성 있게 양질의 정치정보를 제공했는지의 문제를 차치하고라도, 후보자토론회 횟수의 절대량이 부족하다면 토론회 본연의 목적을 달성하기는 어려울 것으로 판단된다.

그렇다면 응답자들은 적정한 후보자토론회 횟수를 어느 정도라고 생각할까? 사전조사와 사후조사 결과를 종합하여 적절한 후보자토론회 횟수를 보여주고 있는 〈표 V-1-4〉에 따르면, 서울과 경기 지역 응답자 공히 사전조사에서는 5회(서울 76.5%, 경기 77.9%), 사후조사에서는 3회(서울 49.8%, 경기 54.1%)가 적당하다는 의견이 가장 높은 응답률을 기록하였다.

〈표 V-1-4〉 적절한 후보자토론회 횟수 (사전/사후조사)

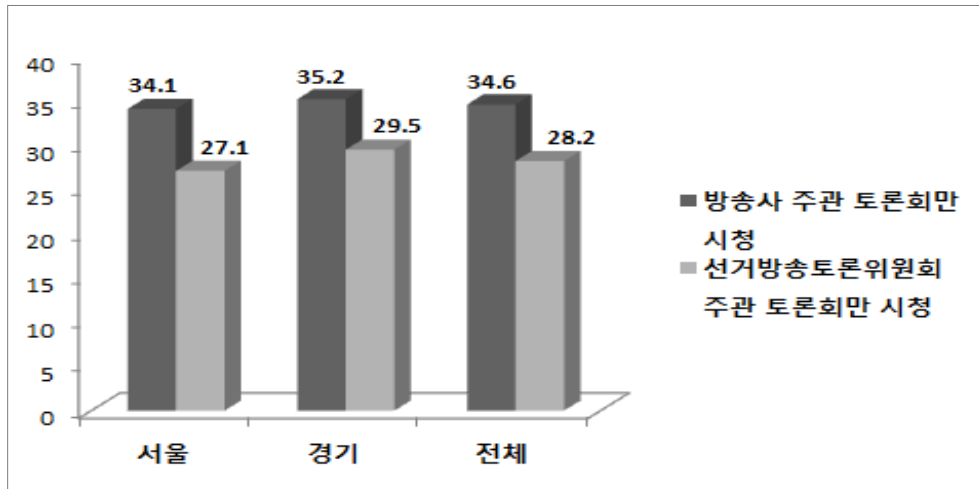
사전조사				사후조사			
서울		경기		서울		경기	
횟수	비율(%)	횟수	비율(%)	횟수	비율(%)	횟수	비율(%)
4	7.7	4	6.2	3	49.8	3	54.1
5	76.6	5	77.9	4	23.7	4	22.5
6	5.9	6	4.3	5	23.0	5	22.2
7	3.3	7	3.3	6	0.3	6	0.3
10	5.9	8	0.7	7	0.3	7	0.6
12	0.3	10	6.9	10	1.9	39	0.3
21	0.3	15	0.4	23	0.6		
		20	0.4	33	0.3		

한편, 공직선거 과정에서 후보자토론회를 누가 개최하고 진행하느냐의 여부는 후보자토론회의 성패와 직결되는 문제이다. 토론회의 주최자에 따라 후보자로 하여금 토론회에 참여하도록 하는 강제력의 크기가 달라지고, 토론의 형태와 진행방식에 영향을 미치며, 이는 결국 후보자토론회의 공정성과 형평성에 영향을 미치게 되기 때문이다. 그 동안 우리나라의 후보자토론회는 방송사를 비롯한 언론사들이 전적으로 주도해왔는데, 2004년 선거법 개정과 함께 선거방송토론위원회가 상설화됨으로써 유권자 중심의 후보자토론회가 가능해졌다. 〈그림 V-1-4〉에서 보는 바와 같이, 제7회 전국동시지방선거의 서울시장 및 경기도지사 후보자토론회를 시청한 응답자 1,116명 가운데 34.6%는 방송사 주관 후보자토론회만 시청하였다고 응답(서울 34.1%, 경기 35.2%)하였으며, 28.2%는 선거방송토론위원회 주관 토론회만 시청하였다고 응답(서울 27.1%, 경기 29.5%)하였다. 전체 응답자의 3분의 1을 상회하는 35.5%(서울 37.7%, 경기 33.1%)는 방송사 주관 후보자토론회와 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회를 모두 시청한 것으로 나타났다.

서울시 설문 참여자들 중 KBS 초청 토론회를 시청한 비율은 약 53%이며, 이 중에서 이 토론회만을 시청한 비율은 약 34%였다. 반면, 서울시선거방송토론위원회가 주관한 법정 후보자토론회를 시청한 46%의 유권자 중 이 토론회만을 시청한 비율은 약 27%이다. 두 토론회 모두를 시청한 비율은 약 38%이다. 약 1%에 해당하는 7명은 서울시장 선거 후보자토론회를 시청하였으나 누가 주관한 후보자토론회를 시청하였는지 정확하게 기억하지 못했다. 이러한 결과는 경기도지사 선거 후보자토론회에서도 유사하게 관찰된다. KBS 초청 토론회를 본 유권자가 약 6% 더 많았으며, 두 토론회를 모두 시청한 경기도 유권자의 비율은 약 33%였다.

〈그림 V-1-4〉 후보자토론회 시청 종류 (사후조사)

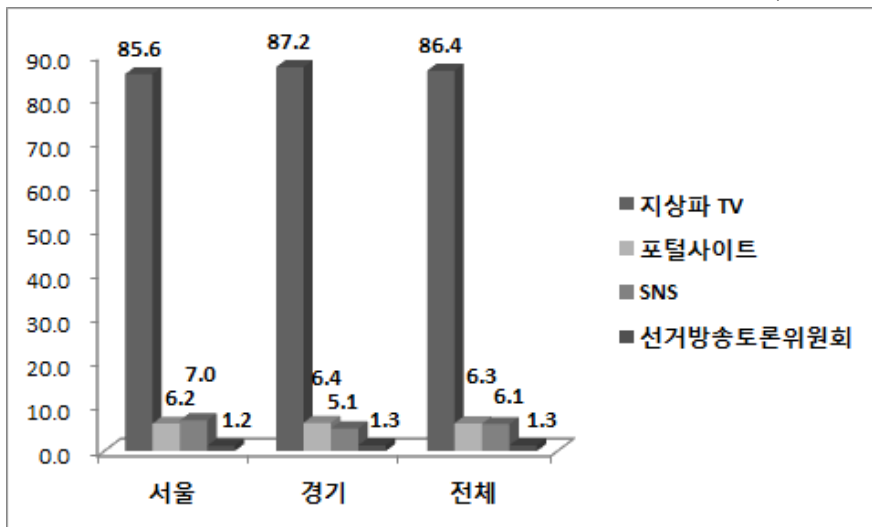
(단위: %)



그렇다면, 유권자들은 후보자토론회를 어떤 매체를 통해 시청하였을까? 정보통신기술 (ICT: Information and Communication Technology)의 비약적 발전에 따라 정치 정보의 획득 경로가 다양화되고 있는 오늘날, 유권자들의 선거관심을 반영할 수 있는 후보자토론회를 어떠한 매체를 통해 시청하고 있는지의 문제 역시 주요 관심사항 중 하나일 것이다. 후보자토론회의 특성상 동영상으로 시청할 때 그 효과가 크게 나타날 개연성이 높다. 활자화된 지면으로 토론을 평가하고 정치적 판단을 하기 어렵기 때문이다. 그렇다면 여전히 지상파 TV의 영향력이 클 것인가, 또는 SNS나 선거방송토론위원회가 제공하는 다시보기 동영상 등 다양한 매체의 영향력은 어느 정도나 확대되고 있을까?

〈그림 V-1-5〉 후보자토론회 시청 매체 (사후조사)

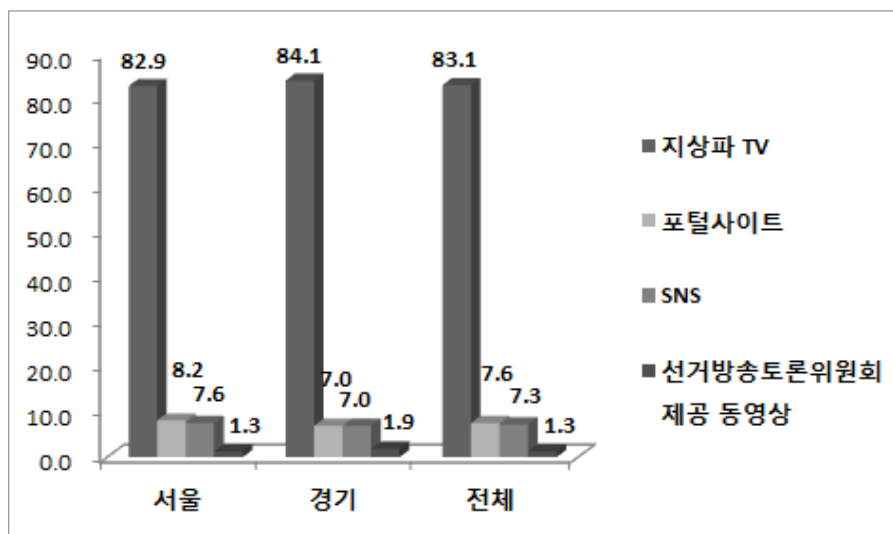
(단위: %)



〈그림 V-1-5〉에서 보는 바와 같이 후보자토론회를 어느 매체를 통해 시청하였느냐를 묻는 질문에 대하여, 전체 응답자의 86.4%(서울 85.6%, 경기 87.2%)는 ‘지상파 TV(KBS, MBC, SBS 등)’라고 응답하였다. 다음으로 ‘포털사이트(네이버, 다음 등)에서 제공하는 실시간 방송’이라는 응답이 6.3%(서울 6.2%, 경기 6.4%)였으며, ‘유튜브나 페이스북 등 SNS를 통한 실시간 방송’이라는 응답이 6.1%(서울 7.0%, 경기 5.1%)를 차지하였다. 즉, 후보자토론회를 시청한 유권자들 중 98.8%가 TV 및 기타 매체를 통해 실시간으로 후보자토론회를 시청하였다는 것을 알 수 있다.

〈그림 V-1-6〉 선거방송토론위원회 주관 토론회 시청 매체 (사후조사)

(단위: %)

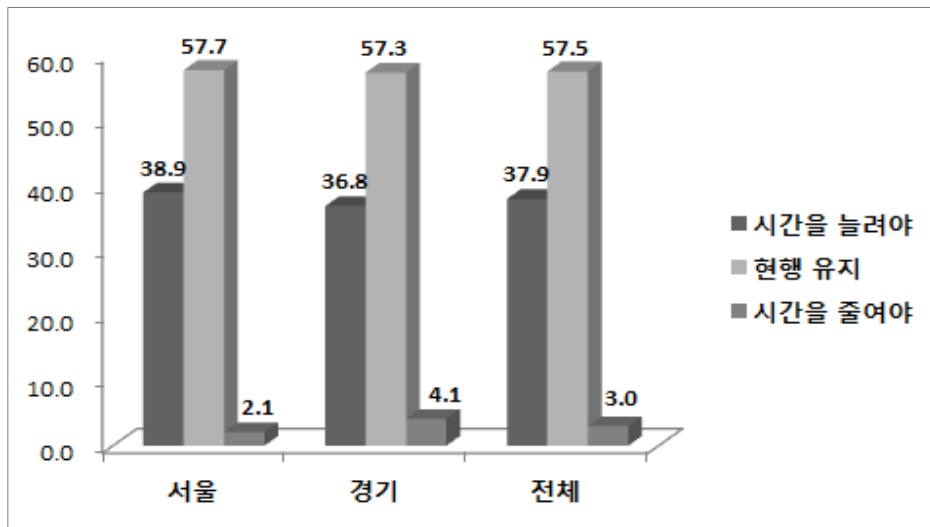


〈그림 V-1-6〉에 나타난 것과 같이 유권자들이 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회를 시청한 매체 역시 앞선 〈그림 V-1-5〉와 큰 차이를 보이지 않는다. 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회를 어느 매체를 통해 시청하였느냐를 묻는 질문에 대하여, 전체 응답자의 83.5%(서울 82.9%, 경기 84.1%)는 ‘지상파 TV (KBS, MBC, SBS 등)’이라고 응답하였다. 다음으로 ‘포털사이트(네이버, 다음 등)에서 제공하는 실시간 방송’이라는 응답이 7.6%(서울 8.2%, 경기 7.0%)였으며, 7.3%(서울 7.6%, 경기 7.0%)의 응답자는 ‘유튜브나 페이스북 등 SNS를 통한 실시간 방송’이라고 답하였다. ‘중앙선거방송토론위원회에서 제공하는 다시보기 동영상’이라는 응답은 1.3%(서울 0.6%, 경기 1.9%)로 나타났다.

다음으로 서울시장·경기도지사 선거 후보자토론회의 진행시간에 관한 사후조사 결과를 살펴보자. 이번 제7회 전국동시지방선거에서 KBS 주관 후보자토론회는 2시간, 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회는 1시간 40분 동안 진행되었다. 응답자들은 이번 지방선거에서의 후보자토론회 시간에 대해서 어떻게 평가할까?

〈그림 V-1-7〉 후보자토론회 시간 적절성 여부 (사후조사)

(단위: %)



〈그림 V-1-7〉에서 보는 바와 같이, 전체 응답자 가운데 37.9%는 ‘시간을 더 늘려야 한다’라고 응답(서울 38.9%, 경기 36.8%)하였다. ‘현행대로 유지해야 한다’는 의견은 전체 응답자 가운데 57.5%(서울 57.7%, 경기 57.3%)였으며, 시간을 더 줄여야 한다는 의견은 3.0%(서울 2.1%, 경기 4.1%)에 그쳤다. 전체적으로 선거 관심도 여부와 무관하게 현행대로 유지해야 한다는 의견이 가장 많았고, 다음으로 시간을 더 늘려야 한다는 의견이 많았다.

한편, 선거방송토론위원회가 주관한 후보자토론회만 본 응답자의 경우, ‘시간을 더 늘려야 한다’는 응답이 30.2%(서울 29.1%, 경기 31.2%)였고, ‘현행대로 유지해야 한다’는 응답이 64.8%(서울 65.2%, 경기 64.3%)였으며, ‘시간을 더 줄여야 한다’는 응답은 2.5%(서울 3.2%, 경기 1.9%)였다.

이상의 결과를 보면 대다수의 시민들은 공직선거과정에서 후보자토론회를 선거 정보를 획득하는 데 있어 중요한 요소로 생각하고 있으며, 그렇기 때문에 후보자토론회의 시간을 줄이자는 의견보다는 늘리자는 의견이 월등하게 높은 것으로 보인다. 그러나 후보자토론회 시간을 늘리자는 유권자들보다 더 많은 유권자들이 현행 시간을 유지하는 것을 더 선호한다. 후보자토론회의 실효성과 필요성에는 대다수의 유권자들이 동의하고 있으나, 현행 시간만으로도 충분하다고 생각하는 것이다.

2) 후보자토론회 진행방식

앞서 서술한 바와 같이 우리나라의 공직선거과정에서 유권자들이 체감하는 후보자토론회의 필요성과 만족도는 상당히 높다고 할 수 있다. 선거 관심도가 높은 유권자들일

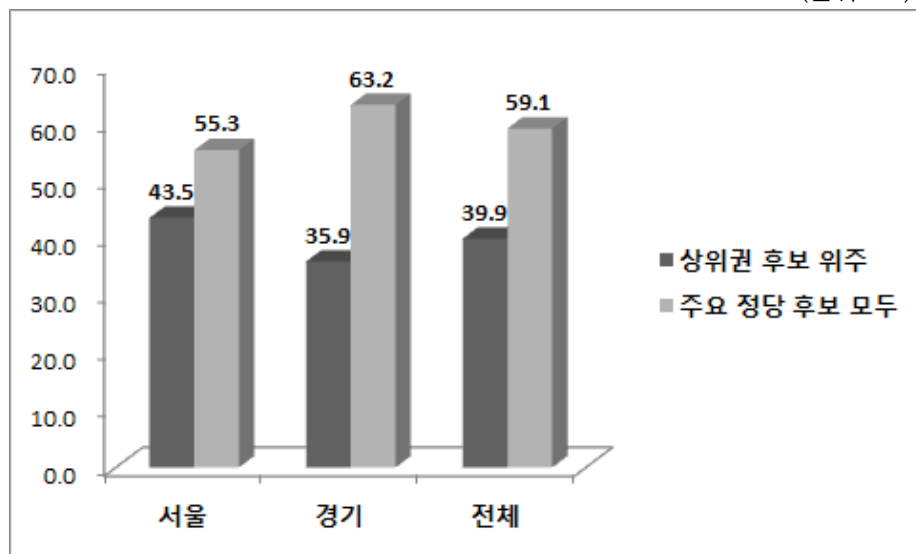
수록 후보자토론회에 대한 관심도 높았고, 후보자토론회를 시청한 유권자들은 토론회의 시간과 횟수를 늘려야 한다고 응답하였다.

후보자토론회는 유권자들에게 긴장감과 현장감, 그리고 흥미를 불러일으킬 수 있을 뿐만 아니라 후보자들 사이의 우열을 가릴 수 있게 하여 지지 후보를 결정하는 데 있어 필요한 정확한 정보를 유권자 개인이 직접 획득할 수 있다는 점에서 중요하다. 후보자토론회는 공직선거에서 경쟁하는 다수의 주요 후보들을 한 자리에서 토론과정을 통해 이들의 자질과 정책을 직접 비교분석할 수 있는 거의 유일한 수단이기 때문이다.

아울러 후보자토론회는 그 성격상 토론회의 형식에 따라 장단점이 존재한다. 공직선거과정에 후보자토론회를 관례화한 것은 공직선거에서 유권자의 알권리를 보호한다는 측면이 강하다. 따라서 어떠한 토론 형식이 유권자들의 정치적 선택에 유용할 것인가에 대한 판단이 이루어져야 한다. 토론의 형태에는 유권자의 의사가 정확하게 반영될 수 있어야 하며, 중앙선거방송토론위원회 역시 국민들의 선호를 후보자토론회에 녹여낼 수 있는 다양한 방안들을 모색해야 할 것이다. 이하에서는 여론조사 결과를 바탕으로 후보자토론회의 진행방식에 관한 사항을 정리한다.

〈그림 V-1-8〉 후보자토론회 방식 (사후조사)

(단위: %)



후보자토론회와 관련된 가장 뜨거운 논란거리 중 하나가 토론회에 참여하는 후보자의 수일 것이다. 이상적으로는 모든 공직 후보자들을 후보자토론회에 참석시키는 것이 마땅하나, 선거 경쟁력이 없어 당선가능성이 전무한 후보자들까지 토론회에 참석시켜 토론회의 질을 떨어뜨리는 것이 과연 옳은가에 대한 논란 역시 현실이다. 후보자토론회의 초청 범위에 대한 문제에는 후보자토론회가 갖는 공정성과 함께 후보자토론회의

효과성 및 생산성이 동시에 고려되어야 한다. 그리고 이러한 공정성과 효과성, 생산성을 동시에 획득하려면 시청자들이 원하는 방향을 정확하게 인식할 수 있어야 한다.

유권자들이 생각하는 토론회 참석 후보자의 적정한 수는 얼마일까? 이에 대한 답을 구하기 위하여 본 연구에서는 “선생님께서서는 주요 정당 후보자가 모두 참여하는 토론회 대신 여론조사 상위 1~3위 또는 1, 2위 후보자만 참여하는 주요 후보자 위주의 토론회 방식으로 바뀌는 것이 낫다는 의견에 대하여 어떻게 생각하십니까?”라고 질문하였다. <그림 V-1-8>에서 보는 바와 같이, 전체 응답자들 가운데 39.9%는 ‘여론조사 상위권 후보자 위주의 토론회’를 선호한다고 응답(서울 43.5%, 경기 35.9%)하였다. 반면 ‘주요 정당 후보자 모두 참여하는 토론회’를 선호한다는 응답은 전체 응답자 가운데 59.1%(서울 55.3%, 경기 63.2%)를 차지하여, 본 연구의 설문조사에 응답한 유권자들은 주요 정당 후보자 모두 참여하는 후보자토론회를 선호하였다.

여론조사 상위 후보자만 참여하는 후보자토론회 방식은 토론회에 참석한 후보자를 지지하는 유권자들만이 선호할 가능성이 높은 방식이다. 특히 여론조사 결과 상위 후보자만을 대상으로 하는 토론회는 기타 후보자들로 하여금 자신을 어필할 수 있는 기회를 원천적으로 차단하는 효과를 초래할 우려가 있다. 반면 주요 정당 후보자가 모두 참여하는 방식은 유권자의 알권리를 보다 더 충족시켜줄 수 있는 장점과 후보자토론회의 집중성과 효과성을 반감시킬 수 있는 우려가 공존한다.

〈표 V-1-5〉 선호하는 후보자토론회 유형 (사후조사)

후보자토론회 유형	(단위: %)		
	서울	경기	전체
후보자들끼리 질문과 답변을 주고받는 토론회	23.5	23.5	23.5
일반 유권자들과 질문을 주고받는 토론회	42.8	49.4	46.0
사회자와 질문을 주고받는 토론회	14.7	12.8	13.8
전문가들과 질문을 주고받는 토론회	19.0	14.3	16.7

그렇다면 유권자들이 선호하는 후보자토론회의 유형은 어떤 것일까? 이를 위하여 본 연구에서는 “어떠한 후보자토론회 유형이 가장 좋다고 생각하십니까?”라고 질문하였다. <표 V-1-5>에서 보는 바와 같이 전체 응답자의 46.0%는 ‘일반 유권자들과 질문을 주고받는 토론회’라고 응답(서울 42.8%, 경기 49.4%)하였다. 응답자들의 절반에 가까운 수가 유권자의 질문에 후보자가 답변하는 방식을 선호하여 후보자토론회에 유권자들의 참여가 가능한 방식을 선호하였다. 다음으로 ‘후보자들끼리 질문과 답변을 주고받는 방식’을 선호하는 유권자가 23.5%(서울 23.5%, 경기 23.5%), ‘전문가들과 질문을 주고받는 방식’을 선호하는 유권자가 16.7%(서울 19.0%, 경기 14.3%), ‘사회자와

질문을 주고받는 방식'을 선호하는 유권자는 13.8%(서울 14.7%, 경기 12.8%)에 그쳤다.

〈표 V-1-6〉 선호하는 후보자토론회 진행방식 (사후조사)

(단위: %)

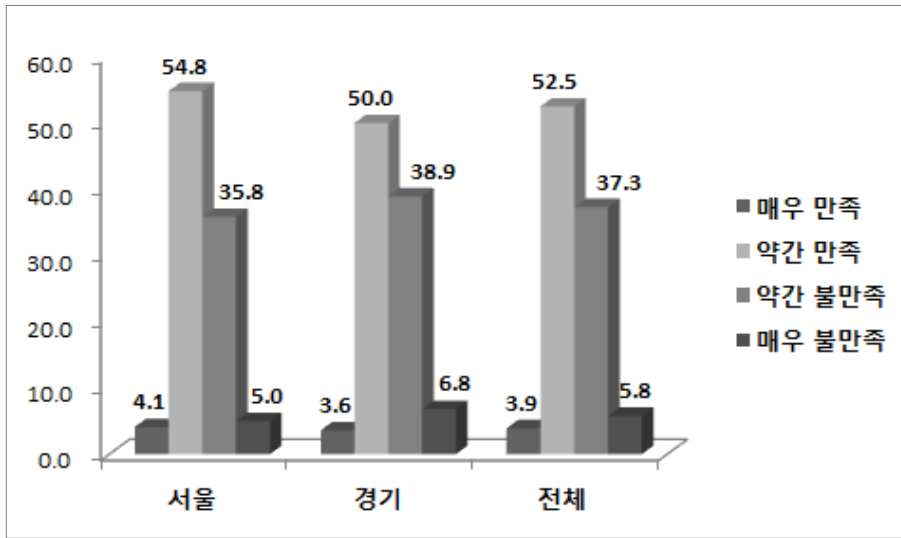
후보자토론회 진행방식	서울	경기	전체
후보자들이 정책 발표 후 후보자들끼리 질문하고 답변하는 등의 일대일 정책 검증 방식	30.1	33.3	31.6
후보자 간 자유토론으로 진행되는 방식	18.0	16.7	17.0
각 후보자가 일정 시간에 토론의 주도권을 쥐고 토론을 주도하는 주도권 토론 방식	20.0	14.8	17.6
방청객 또는 유권자의 질문에 후보자가 답하는 방식	31.0	35.0	32.9

유권자들은 어떠한 후보자토론회 진행방식을 선호할까? 〈표 V-1-6〉에서 보는 바와 같이 사후조사 결과 전체 응답자 가운데 32.9%가 '방청객 또는 유권자의 질문에 후보자가 답하는 방식'을 선호한다고 응답(서울 31.0%, 경기 35.0%)하였다. 이같은 결과는 공직선거 과정에서 후보자토론회의 영향력이 큰 만큼 후보자토론회에 유권자의 의사 역시 반영되어야 한다는 입장이다. 다음으로 '후보자들이 정책 발표 후 후보자들끼리 질문하고 답변하는 등 일대일 정책 검증 방식'을 선호한다는 응답이 31.6%(서울 30.1%, 경기 33.3%), '각 후보자가 일정 시간에 토론의 주도권을 쥐고 토론을 주도하는 주도권 토론 방식'을 선호한다는 응답이 17.6%(서울 20.0%, 경기 14.8%), '후보자 간 자유토론으로 진행되는 방식'을 선호한다는 응답이 17.0%(서울 18.0%, 경기 16.7%)를 차지하였다.

후보자토론회 과정에서 유권자들의 참여가 제도적으로 부족한 현실이다. 유권자들이 후보자토론회에 직접 참여할 수 있고, 이러한 과정을 통해 이익의 집약과 표출이라는 선거 본연의 모습이 확보될 수 있도록 유권자들이 자신의 선호 의제를 토론 과정에서 공론화할 수 있는 방안이 모색되어야 할 것이다.

〈그림 V-1-9〉 일대일 정책검증 형식에 대한 만족도 (사후조사)

(단위: %)



한편 유권자들은 후보자토론회 형식으로 일대일 정책검증 형식에 대해 대체로 만족한다는 의사를 표시했다. 〈그림 V-1-9〉에서 보는 바와 같이 “각 후보자들이 정책 발표 후 상호 간 정책검증하는 토론 방식에 어느 정도 만족하십니까?”라는 질문에 대하여 ‘매우 만족’한다는 응답이 3.9%(서울 4.1%, 경기 3.6%), ‘약간 만족’한다는 응답이 52.5%(서울 54.8%, 경기 50.0%), ‘약간 불만족’한다는 응답이 37.3%(서울 35.8%, 경기 38.9%), ‘매우 불만족’한다는 응답이 5.8%(서울 5.0%, 경기 6.8%)였다.

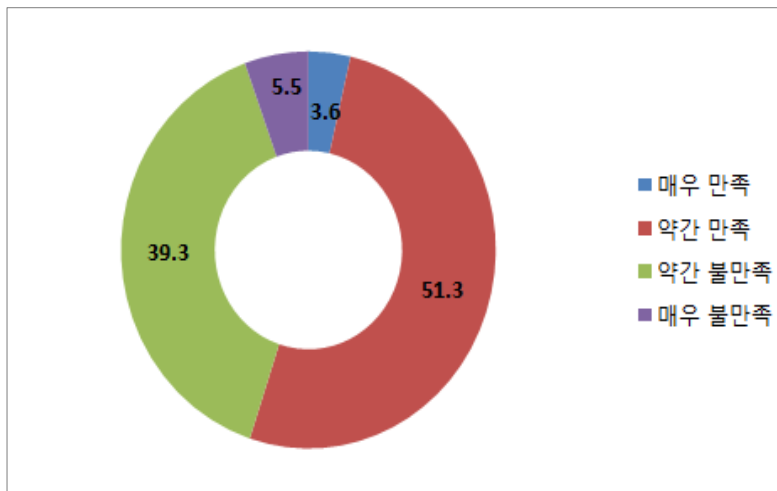
후보자토론회를 통해 후보자들은 자신의 토론 능력에 따라 선거운동에 유리한 토론 형식을 채택하려 하며, 토론을 통해 정책대결보다는 상대 후보의 약점을 드러내 시청자에게 경쟁자의 부정적인 이미지를 심어주려고 노력하곤 한다(Friedenberg, 1997; Wayne, 1980). 후보자 간의 직접 토론 방식은 후보자 간 상호 비교에 가장 유리하며 활발한 논쟁을 이끌어낼 수 있으나, 자칫하면 후보자 간 정책적 차별성의 부각을 위한 토론회보다는 인신공격 혹은 상호비방적인 내용이 증대될 가능성이 높다. 또한 후보자 본인들의 관심사항만이 토론의제화 될 가능성도 높다. 이러한 부정적인 측면이 존재하긴 하나 유권자들은 대체로 일대일 정책검증 형식에 만족한다고 응답하였다.

일대일 정책검증 방식에 대한 만족도가 상대적으로 높은 이유는 토론 방식이 갖는 안정감 때문으로 생각된다. 각자 자신의 정책을 발표한 후 이에 대해 지정된 시간 동안 토론을 진행하기 때문에 안정적인 토론이 가능하고, 주제를 벗어난 토론으로 이어질 가능성이 상대적으로 낮기 때문이다. 또한 후보자 간 직접토론은 자칫 정책토론보다는 상호비방과 인신공격이 증대될 가능성이 있으나, 사회자의 개입이 없이 당사자 간 열띤 공방의 모습은 토론의 역동성과 흥미성을 불러일으킬 수 있다. 정형화된 후보자토

론회의 모습에서 벗어날 수 있다는 장점이 존재하나, 이번 경기도지사 선거 후보자토론회에서 목도한 바처럼 상호비방과 인신공격에 토론시간 전부를 할애한다면 문제점으로 지적될 수 있을 것이다.

〈그림 V-1-10〉 주도권 토론 방식에 대한 만족도 (경기, 사후조사)

(단위: %)



한편 제7회 전국동시지방선거 경기도지사 후보자토론회의 경우 후보자토론회 진행방식으로 각 후보자들이 주도권을 쥐고 일정 시간 토론을 주도하는 주도권 토론 방식을 채택하였다. 사후조사 결과 경기도지사 선거 후보자토론회에 등장한 주도권 토론 방식에 대해 만족한다는 응답이 높게 나타났다. 전체 경기도 응답자 가운데 54.9%는 만족한다고 응답(매우 만족 3.6%, 약간 만족 51.3%)하였다. 주도권 토론 방식이 후보자토론회 당시 여론조사 1위 후보자에게만 집중 공격과 토론이 가능하다는 단점이 존재하나, 유권자들은 주도권 토론 방식에 대해 대체로 만족한다고 응답하였다.

후보자토론회에서 사회자의 역할은 어떠한가? 토론과정에 적극 개입하여 토론을 이끌어가야 하는가, 아니면 소극적인 개입을 하거나 수수방관해야 하는가? 후보자토론회에서 사회자는 토론 전반을 조율하고 건전하고 생산적인 토론회를 만들어내는 중요한 역할을 담당한다. 따라서 사회자는 정치적 중립성과 전문성, 대중적 지명도를 고루 갖춘 사람이 선정되어야 하며, 엄격한 선임 절차를 거쳐 결정될 필요가 있다(송종길·박성호, 2006). 사회자는 공정한 토론을 일차적 책임으로 두되, 적절한 개입과 원만한 토론 진행이 가능할 수 있는 의제 변경의 능력 또한 염두에 두어야 한다.

유권자들은 제7회 전국동시지방선거 서울시장 및 경기도지사 선거 후보자토론회에서 사회자의 역할을 어떻게 평가하고 있을까? 〈표 V-1-7〉에서 보는 바와 같이, 사후조사 결과 전체 응답자의 57.0%는 ‘토론과정에 적당히 개입하면서 역할을 적절히 수행했다’

고 응답(서울 59.9%, 경기 53.8%)했다. 서울에 비하여 경기도 응답자의 평가가 다소 낮았지만, 과반이 넘는 응답자들이 후보자토론회에서 사회자가 역할을 적절히 수행했다고 평가하였다. 다음으로 전체 응답자의 32.7%가 ‘토론회에서 사회자의 역할이 미미했다’라고 응답(서울 28.8%, 경기 37.0%)하였다. ‘토론에 지나치게 많이 개입했다’는 의견은 5.8%(서울 6.7%, 경기 4.9%)에 그쳤다.

〈표 V-1-7〉 후보자토론회의 사회자 역할 평가 (사후조사)

(단위: %)

사회자 역할 평가	서울	경기	전체
토론에 지나치게 많이 개입했다	6.7	4.9	5.8
토론과정에 적당히 개입하면서 역할을 적절히 수행했다	59.9	53.8	57.0
토론회에서 사회자의 역할이 미미했다	28.8	37.0	32.7
모름	4.6	4.3	4.5

그렇다면, 유권자들은 후보자토론회가 공정하고 흥미로운 토론회가 되기 위해서 사회자는 어떤 역할을 해야 한다고 생각할까? 〈표 V-1-8〉에서 보는 바와 같이, 사전조사 결과 토론회에서 사회자는 ‘주제를 제시하거나 자유롭게 보충질문을 하는 적극적 토론 개입 역할’을 해야 한다는 응답이 39.6%(서울 37.3%, 경기 41.9%)로 가장 높게 나왔다. 다음으로 ‘단순 진행 역할을 중심으로 하도 가끔 보충질문을 던지는 소극적 토론 개입 역할’을 해야 한다는 응답이 35.4%(서울 35.0%, 경기 35.8%), ‘후보자에게 발언기회를 부여하고 발언시간을 조정하는 단순 진행 역할’을 해야 한다는 응답이 24.6%(서울 27.2%, 경기 21.9%)로 나타났다.

반면, 사후조사 결과 전체 응답자 중 43.8%가 사회자의 ‘소극적 개입’ 역할을 강조(서울 43.7%, 경기 44.0%)하였다. 사회자의 ‘적극적 개입’이 필요하다는 의견은 35.1%(서울 32.9%, 경기 37.6%), ‘단순 진행’ 역할이 필요하다는 의견은 20.7%(서울 23.1%, 경기 18.0%)로 사전조사에 비하여 감소하였다. 즉 후보자토론회를 시청한 사후조사 응답자들의 경우 사회자의 역할이 적극적 개입보다는 소극적 개입이어야 한다는 의견이 증대하였다.

〈표 V-1-8〉 후보자토론회에서 사회자의 역할 (사전/사후조사)

(단위: %)

후보자토론회에서 사회자의 역할	사전조사			사후조사		
	서울	경기	전체 2,225	서울	경기	전체 1,116
후보자에게 발언기회를 부여하고 발언시간을 조정하는 단순 진행 역할	27.2	21.9	24.6	23.1	18.0	20.7
단순 진행 역할을 중심으로 하되 가끔 보충질문을 던지는 소극적 토론 개입 역할	35.0	35.8	35.4	43.7	44.0	43.8
주제를 제시하거나 자유롭게 보충질문을 하는 적극적인 토론 개입 역할	37.3	41.9	39.6	32.9	37.6	35.1
모름	0.4	0.4	0.4	0.3	0.4	0.4

현행 한국의 공직선거는 선거공영제를 기반으로 이뤄지고 있다. 선거공영제의 핵심은 비용공영과 관리공영으로 특징지어지는데, “지갑은 닫고 입은 연다”라는 명제처럼 선거운동이 미디어를 기반으로 운영된다면 후보자토론회의 역할과 기능은 갈수록 증대될 것임이 자명하다. 또한 그 어떤 선거운동 방식보다 후보자토론회의 역할이 강화될 것이라 판단된다. 후보자토론회는 대의민주주의에서 유권자가 후보자에 관한 정보를 획득할 수 있는 가장 유용한 수단이며, 후보자에게는 유권자들에게 자신의 정책이나 공약 및 도덕성을 최대한 홍보할 수 있는 대표적인 수단이기 때문이다.

〈표 V-1-9〉 후보자토론회에 유권자 참여 방식 선호 (사후조사)

(단위: %)

선호하는 유권자 참여 방식	서울	경기	전체
사전에 유권자 질문사항을 조사한 후 후보자에게 질의	34.1	35.3	34.7
토론회 중간에 즉석 전화 통화	12.8	9.8	11.4
토론회 방청객이 후보자에게 질문	28.1	28.8	28.4
SNS를 통한 실시간 참여	22.4	22.6	22.5
후보자토론회에 유권자 참여는 별로 필요하지 않다	2.4	2.6	2.5
모름	0.2	0.9	0.5

후보자토론회가 제도화된 이래, 후보자토론회는 참여민주주의 정치문화 정착을 위한 시금석으로 자리매김하고 있다. 그렇다면 그간 상대적으로 소외되어 왔던 유권자와 시청자들이 후보자토론회 과정에 참여할 수 있는 방식은 무엇이 있을까? 즉, 유권자들이 후보자토론회에 자신의 이익이나 선호를 표명하고, 후보자들로 하여금 유권자들의 질

문에 적극적으로 대답하며 자신의 정책을 선전할 수 있도록 하는 방안은 무엇일까? 이에 본 연구에서는 “후보자토론회에서 유권자 참여가 어떠한 방식으로 이루어지는 것이 좋다고 생각하십니까?”라고 질문하였다.

〈표 V-1-9〉에 나타난 바와 같이, 전체 응답자 가운데 34.7%는 ‘사전에 유권자 질문사항을 조사한 후 후보자에게 질의’하는 방식을 선호한다고 응답(서울 34.1%, 경기 35.3%)하였다. ‘토론회 방청객이 후보자에게 질문’하는 방식에 선호한다는 응답은 28.4%(서울 28.1%, 경기 28.8%), ‘SNS를 통한 실시간 참여’ 방식에 선호한다는 응답은 22.5%(서울 22.4%, 경기 22.6%), ‘토론회 중간에 즉석 전화 통화’ 방식에 선호한다는 응답은 11.4%(서울 12.8%, 경기 9.8%)로 나타났다.

후보자토론회는 공직선거 과정에서 유권자들이 후보자들의 정책이나 공약, 도덕성을 검증할 수 있는 중요한 기제가 되었기 때문에 후보자토론회에 유권자들의 의사를 어떻게 반영할 것인가, 유권자들의 적극적인 참여를 어떻게 담보할 것인가의 문제는 매우 중요하다.

3) 소결

이 절에서는 사전, 사후 설문조사 결과를 중심으로 후보자토론회를 제도적인 측면에서 분석하였다. 구체적으로 후보자토론회의 필요성, 횟수, 종류, 시간, 시청 매체 등을 우선적으로 검토하였다. 다음으로 후보자토론회의 진행방식에 관하여, 토론회 방식, 유형, 진행방식, 개별 유형에 대한 선호도와 만족도, 사회자의 역할, 유권자의 참여 증대 방안 등에 관하여 검토하였다.

응답자들은 후보자토론회의 필요성에 대하여 절대적으로 공감하고 있었으며, 사전조사에 비하여 사후조사에서 후보자토론회의 횟수가 증대되기를 희망하였다. 또한 선거에 대한 관심도가 높을수록 후보자토론회의 횟수가 증대되기를 희망하였고, ‘선거방송토론위원회’ 주최의 후보자토론회 횟수 역시 증대되기를 희망하였고, 선거 관심도가 높을수록 선거방송토론위원회 주최의 토론 횟수 증대를 희망했다.

적절한 후보자토론회 횟수는 사전조사에서는 5회 정도였으나, 사후조사에서는 3회라는 응답이 가장 높게 나타났다. 후보자토론회는 방송사가 주최한 토론회와 선거방송토론위원회가 주최한 토론회가 있었으며, 이 둘 모두를 시청한 응답자도 35.5%나 되었다. 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회만 시청했다는 응답자는 28.8%를 차지하였다. 응답자들은 후보자토론회를 주로 지상파 TV 생중계를 통해 시청하였으며, 이 밖에 인터넷이나 SNS에서 제공하는 실시간 방송을 통해 시청한 것으로 조사되었다. 이같은 결과는 선거방송토론위원회 주관 토론회에서도 마찬가지였다. 다만 토론회 이후라도 더 많은 유권자들이 선거방송토론위원회 주관 토론회를 시청할 수 있도록 다시보기가

가능한 선거방송토론위원회의 동영상에 대한 홍보를 지속할 필요성도 제기된다.

후보자토론회 총 토론시간과 관련해서는 현행을 유지해야 한다는 응답이 가장 많았지만, 향후 시간을 더 늘려야 한다는 응답이 줄어야 한다는 응답보다 월등하게 높게 나타났다.

다음으로 후보자토론회 진행방식을 보면, 후보자토론회 관련 가장 중요한 이슈 중 하나인 토론회 참여 후보자 수에 관해 응답자들은 주요 정당 후보자 모두가 참여하는 방식을 가장 선호하였다. 선호하는 후보자토론회 유형은 일반 유권자들과 질문을 주고받는 형식, 후보자들끼리 질문과 답변을 주고받는 형식이 1, 2 순위를 차지했다. 또한 선호하는 후보자토론회 진행방식으로는 방청객 또는 유권자의 질문에 후보자가 답하는 방식, 일대일 정책검증 방식, 주도권 토론 방식의 순서로 높은 응답률을 보였다.

일대일 정책검증방식에 대해서는 만족한다는 의견이 만족하지 못한다는 의견보다 상대적으로 많았다. 또한 경기도지사 후보자토론회에서 사용된 주도권 토론 방식에 대해서도 만족한다는 의견이 상대적으로 높게 나타났다.

후보자토론회의 성패를 결정하는 요소 중 하나로 지적되고 있는 사회자의 역할에 대해서 응답자들의 다수가 이번 서울시장 및 경기도지사 선거 후보자토론회의 사회자 역할이 적절했다고 평가했다. 사전조사 결과에서는 주제를 제시하거나 보충질문을 하는 등 사회자의 적극적인 토론 개입 역할에 대한 선호가 약간 더 많았으나, 사후조사 결과 사회자는 단순 진행 역할을 중심으로 하되 가끔 보충질문을 던지는 소극적 토론 개입 역할을 해야 한다는 응답의 비율이 더 높았다.

후보자토론회가 선거과정에 미치는 영향력이 증대하면서, 토론회에 유권자의 적극적인 참여를 담보할 수 있는 기제가 마련되어야 할 것이다. 이에 대해서 응답자들은 토론회 사전에 유권자 질문사항을 조사하여 후보자에게 질문하는 방식을 가장 선호하였으며, 토론회 방청객이 후보자에게 질문하는 방식과 SNS를 통한 실시간 참여 방안 역시 높은 응답률을 보였다.

제도가 만병통치약이 아닌 것처럼, 모든 제도가 시대의 흐름과 유리되어서 존재하기는 어렵다. 1995년 도입된 후보자토론회는 그동안 많은 제도적 변화를 경험해왔다. 그럼에도 불구하고 초청 후보자의 숫자, 토론회 횟수, 선거방송토론위원회의 기능과 역할 강화, 사회자의 역할, 유권자의 참여 강화 등에 관하여 많은 학자들이 여전히 논쟁을 계속하고 있다. 본 연구에서 검토한 후보자토론회의 제도적 기능과 한계에 대한 분석들이 향후 진행될 후보자토론회에 조금이나마 도움이 될 수 있기를 희망한다.

2. 유권자 인식적 측면

오늘날 한국의 공직선거 과정에서 후보자토론회는 점차 그 중요성을 더해가고 있다. 1995년 서울시장 선거를 통해 우리나라에 본격 도입된 공직선거 후보자토론회는 이제 선거운동에서 결코 빼놓을 수 없는 중요한 구성요소가 된 것이다. 선거과정에서 후보자토론회에 대한 유권자의 반응이나 관심이 언론에 비중 있게 다뤄지게 되면서 출마 후보자들은 저마다 토론회 준비에 더 많은 시간과 자원을 할애하게 되었고, 자연스럽게 후보자토론회가 거리 유세나 홍보 등의 오프라인 위주의 과거 선거운동의 기능들을 일정 부분 대체하기도 하였다. 한편, 유권자들은 주로 생방송으로 진행되는 토론회를 시청하면서 그들이 지지하는 후보자의 능력과 자질을 직접 검증하고 평가할 소중한 기회도 얻게 되었다. 특히, 여타의 방송을 통한 후보자 광고와 차별되는 후보자토론회의 강점은 그것이 제3자의 개입을 최대한 배제한 채, 되도록 대등한 조건 하에서 후보자들이 공약이나 정책에 대해 즉석에서 토론하고 경쟁하는 모습을 시청자들이 직접 비교하고 평가할 수 있다는 사실에 기인할 것이다(Benoit et al. 2001; Maurer & Reinemann 2006).

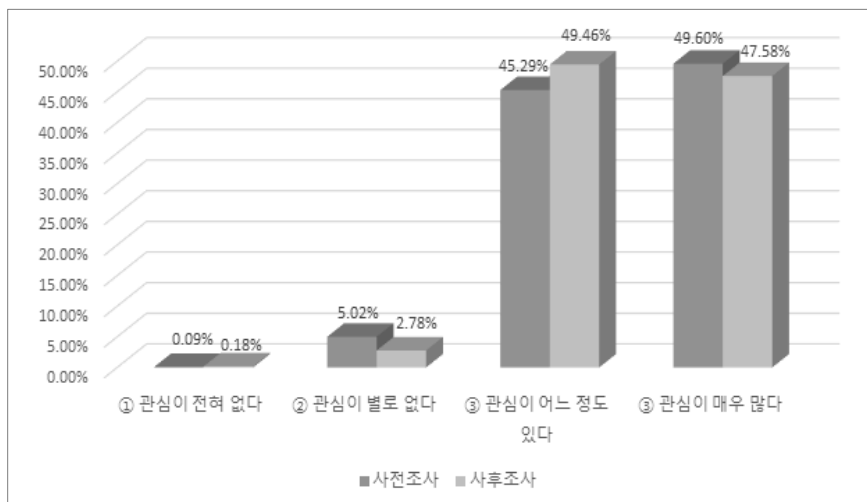
그러나 후보자토론회가 선거과정 전반에 행사하는 영향력과 제도 자체가 갖는 장점에도 불구하고, 토론회 운용이나 제도 자체에 대한 유권자들의 인식이 항상 긍정적인 것만은 아니다. 예를 들어, 후보자토론회에 대한 유권자의 관심이 기대와 달리 저조할 수도 있으며, 또한 그 효과에 대한 유권자들의 평가 자체가 회의적일 수도 있다. 또한 후보자토론회가 시민들의 정치 참여나 후보자 선택에 충분히 유익한 정보를 제공하여 본래 의도한 기능을 충족하였는가에 대한 유권자들의 평가도 결코 긍정적이란 보장이 없다. 그리고 후보자토론회 운용이 특정 후보에 대한 차별이나 특혜 없이 공정하게 진행되었는가에 대한 유권자들의 평가도 지지 후보에 따라 엇갈릴 수 있기 때문에, 유권자들의 후보자토론회에 대한 인식 분석은 사후적으로 반드시 행해져야 하는 작업이라 할 수 있다. 본 장에서는 후보자토론회에 대한 유권자의 관심도 및 후보자토론회 제도의 유용성과 흥미성, 그리고 공정성에 대한 유권자의 인식을 분석한다. 특히 본 연구는 유권자의 인구사회학적 그리고 정치적 특성에 따라 후보자토론회에 대한 인식에 어떠한 차이가 있는지도 분석하여, 궁극적으로 유권자 눈높이에 부합하는 토론회 제도를 모색하기 위한 정책적 제언을 모색하고자 한다.

1) 후보자토론회에 대한 관심과 투표참여

정치에 대한 시민의 무관심과 참여율 저하 문제는 많은 현대 민주주의 국가들의 당면과제라 할 수 있다. 특히, 관습적(conventional) 정치참여로 분류되는 투표참여는

주권자인 시민의 당연한 권리이자, 민주주의가 건강하게 작동하고 있음을 보여주는 하나의 중요한 지표라 할 수 있을 것이다. 유권자의 투표 참여율과 관련해 많은 학문적 논의가 있어왔는데, 그 중에서도 후보자토론회는 유권자의 선거관심도를 제고하고, 선거 정보 습득을 용이하게 하여 궁극적으로 투표참여율을 제고할 수 있다는 긍정적 효과가 제시되기도 하였다(구교태·김관규·이준웅 2007; 한정택·이재묵·조진만 2013; Benoit and Hansen 2014; Lee and Lee 2015). 본 장에서는 이번 서울시장 및 경기도지사 선거에서 실시된 후보자토론회가 지역 유권자들의 선거에 대한 관심도와 투표참여를 유인해 냈는지 분석한다.³⁾

〈그림 V-2-1〉 제7회 전국동시지방선거 관심도



우선, 제7회 전국동시지방선거에 대한 관심도를 살펴보면, 수도권에 거주하는 유권자들의 이번 지방선거에 대한 관심은 상당히 높은 것으로 나타났다. 사전조사의 경우, “선생님께서 이번 제7회 전국동시지방선거에 얼마나 관심이 있으십니까?”라는 질문에 대해 94.9%의 응답자들이 ‘관심이 있다’고 응답한 반면, ‘관심이 없다’고 응답한 수는 57명으로 전체의 5.1%에 불과하였다. 사후조사에서도 응답자들은 선거에 대한 관심도를 묻는 동일한 질문에 대해 97.1%가 ‘관심이 있다’고 응답하였으며, ‘관심이 별로 없다’(2.8%) 혹은 ‘관심이 전혀 없다’(0.2%)라고 응답한 비율은 전체의 3%에 불과하였다. 결과적으로, 사전 조사에서 이번 지선에 관심이 없다고 응답한 5.1%의 비율이 사후 조사에선 3%로 낮아진 것이다.

3) 본 연구가 사용하고 있는 온라인 서베이 자료는 총 2,225명(서울시 유권자 1,120명과 경기도 유권자 1,105명)을 포함하고 있다. 따라서 별 다른 언급이 없는 한 이 분석에서 말하는 유권자 그룹은 서울시장 및 경기도지사 선거에 참여하는 유권자들을 대상으로 한다.

〈표 V-2-1〉 투표의향(사전조사)과 투표여부 (사후조사)

(단위: 명(%))

항목	사전조사		사후조사
	빈도(%)	의향여부(합계)	투표여부
반드시 투표할 것이다	949(85.3)	1,099(98.8)	1,078(96.6)
가급적 투표할 것이다	150(13.5)		
별로 투표하고 싶지 않다	14(1.2)	14(1.2)	35(3.4)
투표할 의사가 전혀 없다	0(0.0)		
합 계	1,113(100)		1,116(100)

※ 후보자토론회 시청자 중 사전조사의 투표의향에 대해 응답하지 않은 인원 3명이 사후조사에 투표 여부에 응답하였음.

〈표 V-2-1-1〉 투표의향(사전조사)과 투표여부(사후조사), 지방선거별

(단위: 명(%))

항목		사전조사		사후조사
		빈도(%)	의향여부(합계)	투표여부
서울 시장 선거	반드시 투표할 것이다	492(84.6)	576(99.1)	563(96.4)
	가급적 투표할 것이다	84(14.5)		
	별로 투표하고 싶지 않다	5(0.9)	5(0.9)	21(3.6)
	투표할 의사가 전혀 없다	0(0.0)		
경기 도지사 선거	반드시 투표할 것이다	457(85.9)	523(98.3)	515(96.8)
	가급적 투표할 것이다	66(12.4)		
	별로 투표하고 싶지 않다	9(1.7)	9(1.7)	17(3.2)
	투표할 의사가 전혀 없다	0(0.0)		
합 계		1,113(100)		1,116(100)

※ 후보자토론회 시청자 중 사전조사의 투표의향에 대해 응답하지 않은 인원 3명이 사후조사의 투표 여부에 응답하였음.

이어서 투표참여 의향과 참여 여부를 살펴보면, 사전조사에서 응답자들은 이번 제7회 전국동시지방선거에 투표하실 생각이십니까?”라는 질문에 ‘반드시 투표할 것이다’(85.3%)와 ‘가급적 투표할 것이다’(13.5%)라고 응답하여 약 98.8%가 투표에 참여할 의향을 보여주었다. 그리고 사후조사에서는 ‘선생님께서 이번 서울시장(경기도지사) 선거에서 투표하셨습니까?’라는 질문을 종합하여 살펴본 결과 ‘투표했다’고 응답한 사람은 전체 1,078명으로 해당 문항에 대답한 전체 응답자 중 96.6%에 이르며, ‘투표

하지 않았다'라는 응답은 오직 35명으로 응답자의 3.4%에 그쳤다.

한편, 서울시 유권자와 경기도 유권자들 사이에 투표의향과 관련해 큰 차이는 엿보이지 않았다. 사전조사와 사후조사에서 투표율이 높게 나타나는 것은 본 조사의 표본인 후보자토론회 시청자들이 정치적 관심이 상대적으로 높은 유권자들이기 때문으로 이해될 수 있다. 제7회 전국동시지방선거의 실제 투표율이 60.2%로 집계된 것과 비교해보면 본 조사의 응답자들이 높은 수준의 투표참여 의향을 보이고 투표참여를 수행했음을 알 수 있다.

그렇다면, 이렇게 선거에 대한 관심이 상당히 높았던 제7회 전국동시지방선거 유권자들은 후보자토론회에 대해서는 어느 정도 관심을 가졌을까? 본 연구에서는 “선생님께서 이번 서울시장/경기도지사 선거 후보자토론회를 얼마나 관심 있게 보셨습니까?”라는 질문을 통해 후보자토론회 관심도를 측정하였다.

〈표 V-2-2〉 후보자토론회 관심도 (사후조사)

후보자토론회 관심 시청	응답자 수(%)		
	서울시	경기도	전체
많은 관심을 가지고 보았다	200 (34.2)	213 (40.0)	413 (37.0)
어느 정도 관심을 가지고 보았다	344 (58.9)	295 (55.5)	639 (57.3)
별로 관심을 기울이지 않고 가끔 보았다	36 (6.2)	22 (4.1)	58 (5.2)
특별한 관심 없이 지나치며 보았다	4 (0.7)	2 (0.4)	6 (0.5)
계	584	532	1,116

〈표 V-2-2〉에서는 서울 지역의 경우 전체 응답자 가운데 34.2%가 ‘많은 관심을 갖고 보았다’라고 응답하였으며, 58.9%가 ‘어느 정도 관심을 갖고 보았다’라고 응답하였다. 경기도 지역의 경우에도 응답자 가운데 40.0%가 ‘많은 관심을 갖고 보았다’라고 응답하였으며, 55.5%가 ‘어느 정도 관심을 갖고 보았다’라고 응답하였다. 전체적으로 후보자토론회를 시청한 서울과 경기 지역 응답자 가운데 94.3%(매우 관심 37.0%, 약간 관심 57.3%)에 해당하는 사람들이 이번 지방선거과정에서 후보자토론회를 관심을 갖고 보았다고 응답하였다. 반면 관심이 없었다는 응답은 5.7%(약간 무관심 5.2%, 매우 무관심 0.5%)에 그쳤다.

한 가지 흥미로운 사실은 전체 2회 토론회 중(KBS 주관과 지역 선거방송토론위원회 주관) 서울시 및 경기도 선거방송토론위원회(이하 토론위) 개최 토론회를 시청했다고 응답한 유권자들의 선거방송 시청 관심도는 95.5%로 나타나 전체 토론회에 대한 관심도(94.3%)와 큰 차이를 보여주지 않으나, 선거방송토론위원회 주관 토론회를 시청했다

고 응답한 유권자들 중 ‘많은 관심을 갖고 보았다’라고 대답한 비중이 40.9%로 전체 토론회 시청자 중 적극 관심층 비중인 36.8%에 비해 약 4%정도 높다는 점이다. 즉, 방송사 주관 토론회에 비해 공신력 있는 선거방송토론위원회 주관 토론회에 대한 시민들의 관심이 상대적으로 높게 나타났다는 점에 주목할 만하다 하겠다.

〈표 V-2-3〉 선거에 대한 관심과 후보자토론회 관심 (사후조사)

(단위: 명 (%))

후보자 토론회 관심	선거 관심도							
	매우 높음		약간 높음		약간 낮음		매우 낮음	
	서울	경기	서울	경기	서울	경기	서울	경기
매우 높음	174 (69.6)	195 (69.4)	26 (8.2)	18 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
약간 높음	72 (28.8)	83 (29.5)	269 (84.3)	204 (87.6)	3 (21.4)	8 (47.1)	0 (0.0)	0 (0.0)
약간 낮음	3 (1.2)	2 (0.7)	23 (7.2)	11 (4.7)	10 (71.4)	9 (52.9)	0 (0.0)	0 (0.0)
매우 낮음	1 (0.4)	1 (0.4)	1 (0.3)	0 (0.0)	1 (7.1)	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)

한편, 〈표 V-2-3〉에서 보는 바와 같이 제7회 전국동시지방선거에 관심이 많다고 응답한 사람들의 대부분은 후보자토론회에도 관심이 많다고 응답하였다. 실제로 선거 관심도와 후보자토론회 관심도 간의 관계를 검증한 결과, 서울 지역과 경기 지역 모두 선거관심도와 후보자토론회에 대한 관심의 상관관계가 매우 높게 나타났다.

다음으로, 후보자토론회에 대한 관심도는 유권자들의 투표참여와 어느 정도 연관성을 갖는 것으로 나타났다. 후보자토론회를 관심 있게 시청한 1,052명 중 실제 투표에 참여하였다고 응답한 인원은 1,028명으로 조사되었다. 후보자토론회에 대한 관심 정도와 투표여부 사이의 연관성을 분석한 결과, 두 변수는 95%의 신뢰수준에서 통계적으로 유의미한 관계를 보이고 있음을 확인할 수 있다. 즉, 후보자토론회에 대한 관심과 투표참여율 간에는 유의미한 양의 관계가 존재하는 것이다. 이러한 결과는 선거방송토론위원회 주관 및 방송사 주관 후보자토론회 시청자까지 아우르는 전체 시청자 분석에서 공히 관측되는 현상이다.

〈표 V-2-4〉 후보자토론회 관심정도와 투표여부 (사후조사)

(단위: 명(%))

항목	투표했다	투표하지 않았다	합계
많은 관심을 갖고 보았다	407(98.6)	6(1.4)	411(36.8)
어느 정도 관심을 갖고 보았다	621(97.2)	18(2.8)	641(57.5)
별로 관심을 기울이지 않고 가끔 보았다	45(77.6)	13(22.4)	58(5.2)
특별한 관심 없이 지나치며 보았다	5(83.3)	1(16.7)	6(0.5)
합 계	1,078(96.6)	38(3.4)	1,116(100)

$\chi^2=72.3839$, $df=3$, $p=0.000$ (유의수준 $p<0.05$)

〈표 V-2-4-1〉 후보자토론회 관심정도와 투표여부 (사후조사), 지방선거별

(단위: 명(%))

항목	투표했다	투표하지 않았다	합계	
서울 시장 선거	많은 관심을 갖고 보았다	250(100.0)	0(0.0)	250(42.8)
	어느 정도 관심을 갖고 보았다	304(95.3)	15(4.7)	319(54.6)
	별로 관심을 기울이지 않고 가끔 보았다	8(57.1)	6(42.9)	14(2.4)
	특별한 관심 없이 지나치며 보았다	1(100.0)	0(0.0)	1(0.2)
경기 도지사 선거	많은 관심을 갖고 보았다	275(97.9)	6(2.1)	281(52.8)
	어느 정도 관심을 갖고 보았다	224(96.1)	9(3.9)	233(43.8)
	별로 관심을 기울이지 않고 가끔 보았다	15(88.2)	2(11.8)	17(3.2)
	특별한 관심 없이 지나치며 보았다	1(100.0)	0(0.0)	1(0.2)
합 계	1,078(96.6)	38(3.4)	1,116(100)	

$\chi^2=72.3839$, $df=3$, $p=0.000$ (유의수준 $p<0.05$)

〈표 V-2-4-2〉 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회 관심정도와 투표여부 (사후조사)

(단위: 명(%))

항목	투표했다	투표하지 않았다	합계
많은 관심을 갖고 보았다	287(98.6)	4(1.4)	291(40.9)
어느 정도 관심을 갖고 보았다	379(97.7)	9(2.3)	388(54.6)
별로 관심을 기울이지 않고 가끔 보았다	25(83.3)	5(16.7)	30(4.2)
특별한 관심 없이 지나치며 보았다	2(100)	0(0)	2(0.3)
합 계	693(97.5)	18(2.5)	711(100)

$\chi^2=25.9927$, $df=3$, $p=0.000$ (유의수준 $p<0.05$)

*선거방송토론위원회 주관 토론회 시청자 그룹 분석 결과임.

그렇다면, 어떤 유권자들이 후보자토론회에 대한 관심을 갖고 있는가? 이를 확인해 보기 위하여 <표 V-2-5>에서 응답자의 사회인구학적/정치적 특성과 후보자토론회 관심도 간의 교차분석을 수행하였다. 분석 결과, 후보자토론회에 대한 관심도와 통계적으로 유의미한 관계를 보이는 응답자의 사회인구학적/정치적 특성은 연령, 직업, 그리고 지지정당으로 나타났다. 반면에, 학력과 성별 변수는 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 한편, 연령 그룹 중에서는 30대가 후보자토론회에 대한 관심이 가장 높게 나타났으며, 가장 낮은 관심도를 보인 연령대는 60대와 20대 순이었다. 직업에 있어서 가장 높은 관심을 보인 집단은 생산/노무직에 종사하는 이들이었으며, 가장 적은 관심을 보인 집단은 무직자와 기타 직종에 종사하는 이들 순으로 나타났다.⁴⁾ 지지정당을 중심으로 토론회에 대한 관심도를 살펴보자면, 당파 별로 큰 차이는 발견되지 않으나, 자유한국당 지지자들이 가장 높은 후보자토론회 관심도를 보였고 그 뒤로 바른미래당, 더불어민주당 지지자 순으로 나타났다. 무당파에 가까운 지지정당이 없는 경우와 기타 정당 지지자들 순으로 토론회에 대한 관심도가 낮게 나타났다.

<표 V-2-5> 사회인구학적·정치적 특성과 후보자토론회 관심정도

(단위: 명(%))

	항목	많은 관심을 갖고 보았다	어느 정도 관심을 갖고 보았다	별로 관심을 기울이지 않고 가끔 보았다	특별한 관심 없이 지나치며 보았다	검정값 (χ^2)
연령	만 19-29세	67(30.5)	138(62.7)	11(5.0)	4(1.8)	24.798 (p=0.016) df=12
	30대	103(44.8)	118(51.3)	9(3.9)	0(0.0)	
	40대	99(35.7)	163(58.8)	14(5.1)	1(0.4)	
	50대	88(35.6)	147(59.5)	11(4.5)	1(0.4)	
	60대 이상	56(39.4)	73(51.4)	13(9.2)	0(0.0)	
직업	농/임/어업	0(0.0)	1(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	65.506 (p=0.001) df=33
	자영업	35(44.9)	41(52.6)	2(2.6)	0(0.0)	
	판매/영업/서비스	15(34.9)	26(60.5)	2(4.7)	0(0.0)	
	기능/숙련직	6(35.3)	9(52.9)	2(11.8)	0(0.0)	
	생산/노무직	11(47.8)	12(52.2)	0(0.0)	0(0.0)	
	사무직	152(34.5)	270(61.2)	19(4.3)	0(0.0)	
	경영/관리직	32(36.4)	53(60.2)	3(3.4)	0(0.0)	
전문/자유직	52(49.6)	48(45.3)	5(4.7)	1(0.9)		

4) 농/임/어업에 종사하는 응답자는 본 조사에서 1명에 그쳐 설명에서 제외하였다.

	항목	많은 관심을 갖고 보았다	어느 정도 관심을 갖고 보았다	별로 관심을 기울이지 않고 가끔 보았다	특별한 관심 없이 지나치며 보았다	검정값 (χ^2)
	가정주부	64(39.8)	85(52.8)	11(6.8)	1(0.6)	63.744 (p=0.000) df=21
	학생	29(33.7)	53(61.6)	3(3.5)	1(1.2)	
	무직	10(27.0)	19(51.4)	7(18.9)	1(2.7)	
	기타	7(20.0)	22(62.9)	4(11.4)	2(5.7)	
지지 정당	더불어민주당	252(42.9)	310(52.7)	22(3.7)	4(0.7)	
	자유한국당	27(42.2)	35(54.7)	2(3.1)	0(0.0)	
	바른미래당	24(40.0)	34(56.7)	2(3.3)	0(0.0)	
	민주평화당	0(0.0)	1(33.3)	2(66.7)	0(0.0)	
	정의당	21(34.4)	36(59.0)	3(4.9)	1(1.6)	
	기타 정당	7(58.3)	4(33.3)	1(8.3)	0(0.0)	
	없음	77(25.1)	204(66.5)	25(8.1)	1(0.3)	
	잘 모름	5(23.8)	15(71.4)	1(4.8)	0(0.0)	

※ 연령, 직업, 지지정당은 카이제곱값이 통계적으로 유의하므로 후보자토론회 관심도와 유의미하게 관련되어 있음을 알 수 있고, 성별, 학력, 출신지역, 자산은 후보자토론회 관심도와 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다.

한편, “선생님께서서는 선거운동기간 중 지지 후보자를 선택하기 위한 정보를 어느 매체를 통해 가장 많이 얻으셨습니까?”라는 질문을 통하여 선거기간 정보습득 매체에 따른 후보자토론회에 대한 관심도 간의 관계를 살펴보았는데, 토론회에 많은 관심을 가지고 보았다고 응답한 이들은 TV를 통해 정보를 습득한 경우가 가장 많았으며(44.1%), 그 다음으로 인터넷 포털사이트를 통해 정보를 획득하였다고 응답하였다(36.6%). 보다 포괄적으로 후보자토론회에 어느 정도 관심을 가지고 본 이들까지 포함하여 살펴보았을 때도 토론회를 관심 있게 시청한 응답자의 44.3%가 선거운동 기간 중 지지 후보자를 선택하기 위하여 선택한 정보 획득 매체가 TV라고 응답하였으며, 37.3%가 인터넷 포털사이트라고 응답하였다. 토론회를 관심 있게 시청한 응답자들은 텔레비전, 인터넷 포털에 이어서 선거홍보물(7.5%)과 SNS(6.6%), 그리고 신문(3.9%) 순으로 선거 기간 중 지지 후보자를 선택하기 위한 정보 경로를 선택하였다.

2) 후보자토론회의 후보자 검증과 선거정보의 유용성

제7회 전국동시지방선거에서 후보자 선택 시 최우선적으로 고려하는 사항에 대해 질의한 문항을 살펴보면, 응답자 1,116명 중 589명(52.8%)가 정책 및 공약을 선택하였

고, 이어서 후보자의 능력을 197명(17.7%)이 주요 고려사항으로 선택하였다. 이러한 순위는 서울과 경기도 지역 유권자 그룹에서 공히 관측되는 현상이다. 이는 다수 유권자들에게 지지 후보 선택에 있어서 여전히 후보자들의 정책 및 공약이 가장 중요한 판단 기준일 수 있음을 재확인 시켜 준 것이다. 한편, 도덕성이 가장 중요한 사항이라 응답한 비율은(11.5%, 128명) 그리고 112명이 소속 정당을 (10.0%) 꼽았으나, 반면 출생지와 연고지라 응답한 비율은 1명(0.1%)에 그쳤다.

〈표 V-2-6〉 지방선거 후보 선택 시 최우선 고려사항: 사전조사

항목	빈도(명)	비율(%)
정책 및 공약	589	52.8
소속 정당	112	10.0
이념	62	5.6
도덕성	128	11.5
납세/병역/전과	13	1.1
후보의 능력	197	17.7
후보의 경력	9	0.8
주변의 평가	5	0.5
후보의 출생지/연고지	1	0.0
합 계	1,116	100.0

〈표 V-2-6-1〉 지방선거 후보자 선택 시 최우선 고려사항: 사전조사 (지방선거별)

(단위: 명(%))

항목	서울시장 선거	경기도지사 선거
정책 및 공약	319(54.6)	270(50.7)
소속 정당	52(8.9)	60(11.3)
이념	31(5.3)	31(5.8)
도덕성	72(12.3)	56(10.5)
납세/병역/전과	6(1.0)	7(1.3)
후보의 능력	95(16.3)	102(19.2)
후보의 경력	5(0.9)	4(0.8)
주변의 평가	3(0.5)	2(0.4)
후보의 출생지/연고지	1(0.2)	0(0.0)
합 계	584(100.0)	532(100.0)

이와 같이 유권자들이 이번 지방선거에서 지지 후보자를 선택할 때 정책과 공약, 후보자의 능력과 도덕성을 우선적으로 고려하였다는 사실은 후보자토론회가 과연 유권자들에게 출마 후보자들의 이러한 자질들을 비교 평가할 수 있는 기회를 제공하였는가에 대한 물음을 제기해 준다. 그렇다면, 이러한 문제의식 속에서 유권자들은 이번 지선의 토론회가 후보자의 정책, 자질 그리고 능력 중 어느 영역을 가장 잘 검증하였다고 생각하고 있을까? 후보자토론회의 후보자 검증 기능을 평가해 보기 위하여 우리는 “선생님께서 이번 서울시장(경기도지사) 선거 후보자토론회를 통해 다음 중 어느 영역이 가장 잘 검증되었다고 생각하십니까?”라는 설문문항에 대한 응답을 분석하였다.

〈표 V-2-7〉 후보자토론회를 통해 가장 잘 검증된 영역

항목	빈도(명)	비율(%)
후보자의 정책	205(131)	18.4(18.4)
후보자의 자질	574(374)	51.4(52.6)
후보자의 능력	141(89)	12.6(12.5)
검증된 영역이 없다	187(113)	16.8(15.9)
모름	9(4)	0.8(0.6)
합 계	1,116(711)	100.0

* 괄호 안은 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회 시청자 그룹 분석 결과

〈표 V-2-7-1〉 후보자토론회를 통해 가장 잘 검증된 영역 (지방선거별)

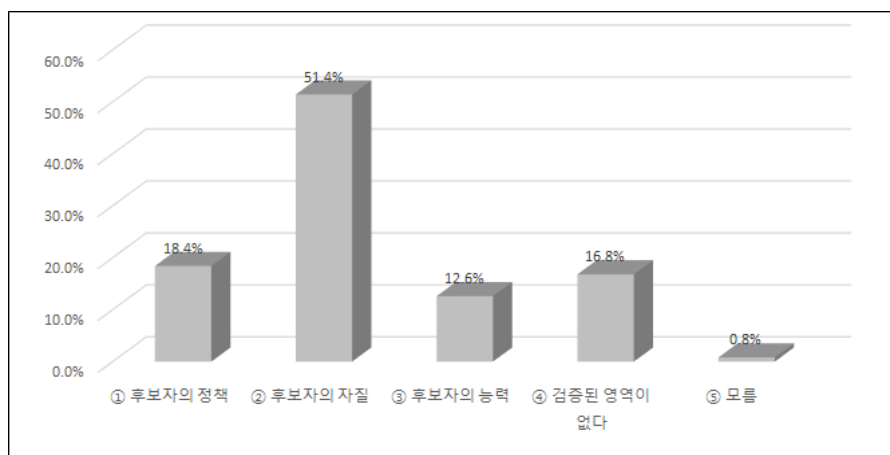
(단위: 명(%))

항목	서울시장 선거	경기도지사 선거
후보자의 정책	122(20.9)	83(15.6)
후보자의 자질	305(52.3)	269(50.6)
후보자의 능력	76(13.0)	65(12.2)
검증된 영역이 없다	72(12.3)	115(21.6)
모름	9(1.5)	0(0.0)
합 계	584(100.0)	532(100.0)

분석 결과, 응답자들은 후보자토론회에서 후보자의 자질이 가장 잘 검증되었으며(51.4%), 그 다음으로 정책(18.4%)을 꼽았다. 특기할만한 점은 검증된 영역이 없다고 응답한 경우가 전체의 16.8%로 이는 후보자의 능력을 선택한 응답(12.6%)보다 더 높은 수치이다. 그리고 이러한 후보자토론회 효과에 대한 부정적 평가(‘검증된 영역이 없다’)는 서울시보다 경기도 지역 응답자들 사이에서 더 높게 나타났다. 이러한 결과는

결국, 이번 지방선거에서 후보자토론회는 유권자들의 선택에 있어서 주요하게 영향을 미칠 것으로 기대되는 정책 및 자질 능력 그리고 도덕성 등을 평가하는데 일정 정도 기여하였으나, 향후 지방선거 토론회 준비에 있어서 유권자들에게 보다 양질의 정보 제공 기능을 충족시키기 위해 개선의 여지가 여전히 존재함을 확인시켜 준 것이다. 다시 말해서, 이러한 결과는 향후 후보자토론회의 개최 목적과 검증 영역을 분명히 하고 후보자의 정책/능력/자질에 대한 검증을 효과적으로 수행할 수 있는 제도적 방안을 모색할 필요가 있다는 점을 시사해 주고 있다.

〈그림 V-2-2〉 후보자토론회를 통해 가장 잘 검증된 영역



후보자토론회 개최의 본질적 목적은 유권자들에게 출마 후보자에 대한 필요 정보를 잘 전달해 주는데 있을 것이다. 후보자토론회가 이번 지방선거에서 얼마나 선거정보를 얻는 데 효과적이었는지를 확인하기 위하여 관련 내용을 묻는 사전설문조사의 문항을 살펴보았다. 전체 응답자 1,116명 중 1,073명(96.2%)가 후보자토론회가 효과적이라고 응답하였으며, 효과적이지 않다는 응답은 40명(3.6%)에 불과하였다. 이어서 실제 선거 이후 후보자토론회가 이번 선거에서의 주요 쟁점에 대한 정보를 얻는데 얼마나 효과적이었는지를 묻는 문항(“선생님께서 이번 서울시장/경기도지사 선거 후보자토론회가 이번 선거의 쟁점에 관한 정보를 얻는데 얼마나 효과적이었다고 생각하십니까?”)을 활용하여 과연 사전조사에서 정보획득 경로로서 후보자토론회에 대한 유권자들의 기대가 사후조사에서 충족되었는지 확인해 보았다.

사후설문조사에서는 응답자들 중 718명(64.3%)이 후보자토론회가 효과적이었다고 응답하였으나, 효과적이지 않았다는 응답 또한 390명(34.9%)에 이르러 사전조사에 비하여 후보자토론회의 효과성에 대한 부정적 평가가 증가하였음을 확인할 수 있다. 이러한 부정적 평가는 특히 서울시보다 경기도 지역 조사에서 더 두드러지게 나타나는데, 실제로 경기도 지역 유권자 조사결과에 따르면, 후보자토론회 시청을 통한 정보 획득

득이 매우 효과적이란 응답이 사후조사에 4.9%(서울은 37.2%)에 그쳤으며, 그것이 별로 효과적이지 않았다는 부정적 응답이 33.8%(서울은 3.7%)에 이르렀다. 한편, 사전조사와 비교하면 선거정보 획득 매체로서 후보자토론회가 매우 효과적일 것으로 평가한 응답자들의 빈도가 큰 폭으로 감소한 것이 눈에 띈다. 이러한 결과는 앞서 후보자 선택의 최우선 고려사항과 후보자토론회의 검증 영역에 대한 평가에서 나타난 시청자들의 기대 불일치 현상과 일맥상통하게 바라볼 수 있을 것이다. 즉, 어떤 이유에서든 이번 지방선거에서 후보자토론회가 수요자인 유권자가 기대하는 정보를 만족할 만큼 제공하지 못하고 있는 데에서 이와 같은 부정적 평가가 기인하고 있는 것이라고 추정할 수 있다.

〈표 V-2-8〉 후보자토론회의 선거정보 획득에 대한 효과성

(단위: 명(%))

항목	사전 조사(A)	사후 조사(B)	사후 조사(C)	차이 (B-A)
매우 효과적이었다	406(36.4)	57(5.1)	46(6.5)	▼349(31.3)
어느 정도 효과적이었다	667(59.8)	661(59.2)	419(59.0)	▼6(0.6)
별로 효과적이지 않았다	37(3.3)	325(29.2)	198(27.9)	△288(25.9)
전혀 효과적이지 않았다	3(0.3)	65(5.8)	44(6.2)	△62(5.5)
모름	3(0.3)	8(0.7)	4(0.6)	△5(0.4)
합 계		1,116	711	

* 사후조사(C)는 선거방송토론위원회 주최 토론회 시청자 그룹 분석 결과

〈표 V-2-8-1〉 후보자토론회의 선거정보 획득에 대한 효과성 (지방선거별)

(단위: 명(%))

항목	서울시장 선거		경기도지사 선거	
	사전조사	사후조사	사전조사	사후조사
매우 효과적이었다	208(35.6)	198(37.2)	31(5.3)	26(4.9)
어느 정도 효과적이었다	357(61.1)	310(58.3)	384(65.7)	277(52.0)
별로 효과적이지 않았다	17(2.9)	21(3.7)	145(24.8)	180(33.8)
전혀 효과적이지 않았다	1(0.2)	2(0.4)	19(3.3)	46(8.7)
모름	1(0.2)	2(0.4)	5(0.9)	3(0.6)
합 계	584(100.0)	584(100.0)	532(100.0)	532(100.0)

다음으로, 정보 획득의 효과성을 보다 구체적으로 평가해 보기 위해 후보자토론회가 다른 정보매체들이 제공하는 정보나 기사보다 유익했다고 과연 시청자들이 인식하고 있는지에 대해 분석해 보자. 이러한 분석을 수행하기 위해 “전반적으로 평가해볼 때 선생님께서는 이번 서울시장(경기도지사)선거 후보자토론회가 다른 정보매체들이 제공하는 정보나 기사보다 유익했다고 평가하십니까?”라고 묻는 설문문항을 활용했다.

〈표 V-2-9〉 후보자토론회의 상대적 유용성(타 정보매체와 비교)

(단위: 명(%))

항목	빈도(명)	비율(%)
매우 유익했다	81(61)	7.3(8.6)
다소 유익했다	651(408)	58.3(57.4)
별로 유익하지 않았다	315(204)	28.2(28.7)
전혀 유익하지 않았다	52(29)	4.7(4.1)
모름	17(9)	1.5(1.3)
합 계	1,116(711)	100.0

* 괄호 안은 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회 시청자 그룹 분석 결과

〈표 V-2-9-1〉 후보자토론회의 상대적 유용성(타 정보매체와 비교) (지방선거별)

(단위: 명(%))

항목	서울시장 선거	경기도지사 선거
매우 유익했다	46(7.9)	35(6.6)
다소 유익했다	377(64.5)	274(51.5)
별로 유익하지 않았다	136(23.3)	179(33.7)
전혀 유익하지 않았다	14(2.4)	38(7.1)
모름	11(1.9)	6(1.1)
합 계	584(100.0)	532(100.0)

분석 결과, 후보자토론회가 다른 정보매체에 비해 정보제공자로서 ‘유익했다’고 응답한 것은 전체 1,116명 중 732명(65.6%)이었으며, ‘유익하지 않았다’는 응답은 367명(32.9%)으로 나타났다. 응답자들은 동일 조사에서 정보전달자로서 후보자토론회의 효과성을 조금 낮게 평가하기는 하였지만 다른 매체들과 비교해 후보자토론회의 상대적 유용성은 비교적 높게 평가하고 있다는 점에서 본 분석 결과는 토론회가 향후 제도적으로 개선할 여지는 존재하지만, 선거정보를 제공하는 긍정적 역할을 여전히 수행하는 매체라는 점은 분명히 인식하고 있다는 사실을 확인할 수 있다.

다만, 이번 지선에서 정보제공 매체로서 후보자토론회가 효과적이지 않았다는 전체 응답이 35%에 이르고, 이는 지난 2017년 대선의 유사 문항에 대한 응답 비율(8.7%)에 비해 높게 나타났다는 사실, 그리고 후보자토론회의 상대적 유용성의 경우에도 지난 대선의 부정적 평가 응답('별로 유익하지 않았다(16.1%)')에 비해 다소 높게(32.9%) 조사되었다는 점에서 향후 지방선거의 토론회 준비에 있어서 시청자들에게 후보자들의 정책, 공약, 자질 등 주요 선거 정보를 잘 전달할 수 있도록 하는 제도적 정비가 필요함을 본 분석결과가 각인시켜 주고 있다.

응답자의 사회인구학적·정치적 특성과 후보자토론회의 유용성 인식 사이의 관계를 분석한 결과, 성별, 연령, 학력, 직업 등의 사회인구학적 특성은 유용성 인식과 통계적으로 유의미한 결과를 보여주지 않았다. 다만, 응답자의 자산 수준과 지지정당 변수만이 선거 정보 유용성 인식과 유의미한 연관성을 나타냈다. 다른 매체들에 비하여 후보자토론회가 제공하는 정보가 유익하였다는 평가⁵⁾는 자산 수준이 가장 낮은 '1억원 미만'의 응답자들에서 높은 비율로 나타났다(18%). 후보자토론회의 유익성을 가장 낮게 평가한 자산 그룹은 '8억원 이상-9억원 미만'(2.4%)였고, '7억원 이상-8억원 미만'(3.9%), '6억원 이상-8억원 미만'(4.7%)이 그 뒤를 이어 6억원 이상부터 9억원 미만의 자산 구간의 응답자들이 전반적으로 후보자토론회 유용성에 대한 저평가를 확인할 수 있었다. 지지 정당의 경우 정의당 지지자를 제외하고는 더불어민주당, 자유한국당, 바른미래당, 민주평화당 지지자 그룹에서 공히 토론회가 유익했다는 평가가 유익하지 않았다는 평가보다 높게 나타났다.

〈표 V-2-10〉 지지정당과 후보자토론회의 유용성

(단위: 명(%))

	항목	매우 유익했다	다소 유익했다	별로 유익하지 않았다	전혀 유익하지 않았다	모름	검정값 (χ^2)
자산	1억원 미만	13(6.4)	107(53.0)	66(32.7)	10(5.0)	6(3.0)	57.464 ($p=0.036$) df=40
	1억원 이상~2억원 미만	8(6.4)	63(50.4)	43(34.4)	8(6.4)	3(2.4)	
	2억원 이상~3억원 미만	11(7.2)	90(58.8)	42(27.5)	9(5.9)	1(0.7)	
	3억원 이상~4억원 미만	11(8.6)	70(54.7)	42(32.8)	5(3.9)	0(0.0)	
	4억원 이상~5억원 미만	5(5.6)	58(65.2)	23(25.8)	3(3.4)	0(0.0)	
	5억원 이상~6억원 미만	4(5.9)	44(64.7)	13(19.1)	7(10.3)	0(0.0)	
	6억원 이상~7억원 미만	4(9.3)	27(62.8)	8(18.6)	4(9.3)	0(0.0)	

5) '전반적으로 평가해볼 때 선생님께서는 이번 서울시장 선거 후보자토론회가 다른 정보매체들이 제공하는 정보나 기사보다 유익했다고 평가하십니까?'라는 문항에서 '매우 유익했다' 그리고 '다소 유익했다'라고 응답한 경우를 의미한다.

	항목	매우 유익했다	다소 유익했다	별로 유익하지 않았다	전혀 유익하지 않았다	모름	검정값 (χ^2)
	7억원 이상~8억원 미만	4(11.1)	22(61.1)	6(16.7)	1(2.8)	3(8.3)	
	8억원 이상~9억원 미만	0(0.0)	16(69.6)	6(26.1)	1(4.4)	0(0.0)	
	9억원 이상~10억원 미만	6(13.0)	28(60.9)	11(23.9)	1(2.2)	0(0.0)	
	10억원 이상	9(8.3)	67(62.0)	30(27.8)	2(1.9)	0(0.0)	
지지 정당	더불어민주당	62(10.5)	333(56.6)	164(27.9)	26(4.4)	3(0.5)	66.684 ($p=0.000$) df=28
	자유한국당	2(3.1)	42(65.6)	16(25.0)	4(6.3)	0(0.0)	
	바른미래당	6(10.0)	37(61.7)	15(25.0)	2(3.3)	0(0.0)	
	민주평화당	0(0.0)	3(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
	정의당	0(0.0)	32(52.5)	23(37.7)	6(9.8)	0(0.0)	
	기타 정당	2(16.67)	5(41.7)	4(33.3)	0(0.0)	1(8.3)	
	없음	8(2.6)	186(60.6)	88(28.7)	14(4.6)	11(3.6)	
	잘 모름	1(4.8)	13(61.9)	5(23.8)	0(0.0)	2(9.5)	

※ 성별, 연령, 학력, 직업, 출신지역은 카이제곱값이 통계적 유의성을 상실하였고, 응답자의 정치적 특성을 살펴보기 위한 자산과 지지정당만의 카이제곱값만이 통계적으로 유의하여 후보자토론회 관심도와 유의미하게 관련되어 있다고 할 수 있다.

3) 후보자토론회의 흥미성과 공정성

아무리 후보자토론회가 제공해주는 정보가 훌륭할지라도 만약 그것이 시청자들 눈에 그다지 흥미롭지 않다면, 유권자들의 토론회에 대한 관심은 상당히 저조할 것이다. 또한, 후보자토론회가 흥미롭지 않고, 따라서 다수의 유권자들이 토론회 시청의 매력을 발견하지 못해서 관심을 두지 않고 시청하지 않게 된다면, 토론회 개최의 이유 자체가 퇴색되게 될 것이다. 즉, 후보자토론회의 전반적 효과는 어디까지나 유권자들의 시청이 유인될 경우에 확산된다고 할 수 있으며, 이것이 전제되어야 토론회를 통한 선거정보의 제공과 확산이 가능할 수 있는 것이다. 이번 지방선거 토론회의 흥미성을 평가하기 위해, 본 연구에서는 사전 설문조사에서 “지금까지 서울시장(경기도지사)선거 후보자토론회가 흥미롭게 진행되어 왔다고 생각하십니까?”라는 문항을 사용하였으며, 사후조사에서도 비슷한 문항을 활용해 보았다.

〈표 V-2-11〉 후보자토론회의 흥미성 평가

(단위: 명(%))

흥미성	사전조사	사후조사	사후조사(B)
매우 흥미롭게 진행되었다	92(8.2)	62(5.6)	44(6.2)
어느 정도 흥미롭게 진행되었다	548(49.1)	571(51.2)	381(53.6)
별로 흥미롭게 진행되지 않았다	400(35.9)	401(35.9)	235(33.1)
전혀 흥미롭게 진행되지 않았다	35(3.1)	77(6.9)	51(7.2)
모름	41(3.7)	5(0.5)	-
합 계	1,116(100.0)		711(100)

*사후조사(B)는 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회 시청자 그룹 분석 결과임.

〈표 V-2-11-1〉 후보자토론회의 흥미성 평가 (지방선거별)

(단위: 명(%))

항목	서울시장 선거		경기도지사 선거	
	사전조사	사후조사	사전조사	사후조사
매우 흥미롭게 진행되었다	56(9.6)	31(5.3)	36(6.8)	31(5.8)
어느 정도 흥미롭게 진행되었다	303(51.9)	300(51.4)	245(46.0)	271(50.9)
별로 흥미롭게 진행되지 않았다	197(33.7)	224(38.3)	203(38.2)	177(33.3)
전혀 흥미롭게 진행되지 않았다	11(1.9)	26(4.5)	24(4.5)	51(9.6)
모름	17(2.9)	3(0.5)	24(4.5)	2(0.4)
합 계	584(100.0)	584(100.0)	532(100.0)	532(100.0)

사전조사와 사후조사 각각에서 후보자토론회에 대한 흥미성 평가는 위의 표에서 비교하여 살펴볼 수 있다. 먼저, 사전조사에서는 응답자의 약 57%가 지금까지의 지방선거 후보자토론회가 흥미롭게 진행되었다고 평가한 반면, 약 41% 정도는 흥미롭지 않았다고 응답하였다. 한편, 사후조사에서는 응답자들의 약 57%가 이번 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회가 흥미롭게 진행되었다고 응답하였고, 흥미롭지 않았다는 응답은 42.8%로 나타났다. 흥미롭지 않았다는 응답이 약 3% 증가하였지만 흥미롭게 시청했다는 비율은 사전조사와 크게 다르지 않았으며, 다만, 후보자토론회의 흥미성에 대해 사전조사에서 모른다고 응답한 비율이 3.7%에서 사후조사에서 0.5%로 감소하였다는 점을 고려할 때, 이러한 차이는 사후조사에서 응답자들이 후보자토론회 시청 후 보다 명확하게 자신의 의견을 표현한 결과라고 추정할 수 있다. 한편, 선거방송토론위원회 주관 후보자토론회의 시청자 그룹만을 별도로 분석할 때, 사후조사에서 후보자토론회의 흥미성에 대한 긍정적 평가가 59.8%로 다소 상승한다는 점에서 이번 지방선거 기

간 동안 행해진 전체 후보자토론회와 대비해 선거방송토론위원회 주최 후보자토론회의 흥미성이 유권자들에게 더 호소했다는 사실이 분석에서 눈에 띈다.

후보자토론회의 흥미성 평가에 있어서 유권자들의 사전/사후 비교 평가 결과가 큰 차이를 보여주지 않으나, 지방선거 후보자토론회의 흥미성에 대한 유권자들의 전반적 평가가 시청 전후로 크게 개선되지 않았다는 사실, 그리고 약 40% 이상의 유권자들이 지방선거 후보자토론회를 그다지 흥미롭지 않게 받아들이고 있다는 사실은 향후 지방선거 토론회 준비 과정에서 반드시 고려되어야 할 사안일 것이다. 물론, 지방선거 토론회의 흥미성을 낮게 평가하는 이유에 대해서 면밀한 사전조사가 전제되어야 하겠지만, 진행방식이나 형식 등의 제도 변화를 통해 보다 많은 유권자들이 토론회에서 흥미를 발견할 수 있는 방안이 강구되어야 할 것이다.

다음으로 유권자의 사회인구학적·정치적 특성과 후보자토론회의 흥미성에 대한 인식 간의 관계를 알아보기 위한 교차분석을 실시하였다. 통계분석 결과, 직업과 지지정당 변수만이 후보자토론회에 대한 흥미성과 통계적으로 유의미한 연관성을 가지는 것으로 나타났다. 직업에 있어서는 조사 참가자수가 1명에 그친 농/임/어업의 종사자들을 제외하고, 기능/숙련직에 종사하는 이들이 토론회가 흥미롭게 진행되었다고 응답비율이 상대적으로 높았으며, 다음으로 사무직, 생산/노무직 순으로 토론회가 흥미롭다고 평가하는 비율이 높았다. 지지정당의 측면에서는 자유한국당을 지지하는 응답자들이 후보자토론회가 흥미로웠다고 응답한 비율이 가장 높았으며, 더불어민주당이 그 뒤를 이었고, 민주평화당 지지자들이 후보자토론회가 흥미롭다고 응답한 비율이 가장 낮았다 (33.3%).

〈표 V-2-12〉 사회인구학적·정치적 특성과 후보자토론회 흥미성

(단위: 명(%))

	항목	매우 그렇다	그런 편이다	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모름	검정값 (χ^2)
직업	농/임/어업	0(0.0)	1(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	67.669 ($p=0.012$) df=44
	자영업	3(3.9)	45(57.7)	26(33.3)	4(5.1)	0(0.0)	
	판매/영업/서비스	3(7.0)	25(58.1)	13(30.2)	2(4.7)	0(0.0)	
	기능/숙련직	1(5.9)	11(64.7)	5(29.4)	0(0.0)	0(0.0)	
	생산/노무직	3(13.0)	12(52.2)	7(30.4)	1(4.4)	0(0.0)	
	사무직	26(13.0)	232(52.6)	159(30.4)	23(5.2)	1(0.2)	
	경영/관리직	8(9.1)	40(45.5)	31(35.2)	9(10.2)	0(0.0)	
	전문/자유직	2(1.9)	55(51.9)	42(39.6)	7(6.6)	0(0.0)	

	항목	매우 그렇다	그런 편이다	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모름	검정값 (χ^2)
	가정주부	5(3.1)	74(46.0)	65(40.4)	17(10.6)	0(0.0)	67.972 ($p=0.000$) df=28
	학생	4(4.7)	42(48.8)	28(32.6)	9(10.5)	3(3.5)	
	무직	7(1.9)	17(46.0)	9(24.3)	3(8.1)	1(2.7)	
	기타	0(0.0)	17(48.6)	16(45.7)	2(5.7)	0(0.0)	
지지 정당	더불어민주당	42(7.1)	317(53.9)	196(33.3)	33(5.6)	0(0.0)	
	자유한국당	2(3.1)	46(71.9)	12(18.8)	4(6.3)	0(0.0)	
	바른미래당	2(3.3)	29(48.3)	21(35.0)	8(13.3)	0(0.0)	
	민주평화당	0(0.0)	1(33.3)	2(66.7)	0(0.0)	0(0.0)	
	정의당	2(3.3)	25(41.0)	28(45.9)	6(9.8)	0(0.0)	
	기타 정당	1(8.3)	5(41.7)	5(41.7)	0(0.0)	1(8.3)	
	없음	13(4.2)	139(45.3)	127(41.4)	25(8.1)	3(1.0)	
잘 모름	0(0.0)	9(42.9)	10(47.6)	1(4.8)	1(4.8)		

※ 직업과 자산, 지지정당은 카이제곱값이 통계적으로 유의하므로 후보자토론회 관심도와 유의미하게 관련되어 있음을 알 수 있고, 성별, 연령, 학력, 출신지역은 후보자토론회 관심도와 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다.

후보자토론회의 공정성은 토론의 효과성과 유용성 및 신뢰성과 깊이 연관되어 있다는 점에서 중요하다. 기존의 연구들은 후보자토론회가 잘 진행되기 위해서는 유권자들의 관심과 더불어 공정성이 담보되어야 한다고 주장하고 있다(한정택 외 2013: 43). 또한 공정성이 중요한 것은 후보자토론회가 특정 후보자에 편향적인 방향으로 전개되지 않도록 하는 것과 더불어 후보자토론회 전개를 통해 유권자들이 각 후보자의 정책과 공약을 검증할 수 있는 비판의 장으로서도 기능해야 하기 때문이다(이재목 2017: 34). 이러한 균형을 상실하게 되면 후보자토론회는 공정성과 기능성 모두에서 유권자의 수요를 충족시킬 수 없을 것이다. 즉, 후보자토론회의 공정성은 토론회에 참여하고 토론하는 과정에 있어서 모든 후보자들에게 동등한 조건과 기회를 제공하여 후보자에 대한 정보를 유권자에게 왜곡 없이 제공하는 것을 의미할 수 있다. 후보자토론회의 공정성 분석 또한 위의 흥미성 분석과 마찬가지로 이전까지 진행된 지방선거 토론회의 중립/공정성 정도를 묻는 사전조사 결과와 이번 후보자토론회가 중립적으로 공정하게 진행된 정도를 묻는 사후조사 문항을 비교 분석하여 살펴보고자 한다.⁶⁾

6) 사후조사의 설문항은 “선생님께서 이번 서울시장(경기도지사) 선거 후보자토론회가 중립적으로 공정하게 진행되었다고 생각하십니까?” 라는 질문이다.

〈표 V-2-13〉 후보자토론회의 공정성 평가

(단위: 명(%))

공정성	사전조사	사후조사	사후조사(B)
매우 그렇다	96(8.6)	70(6.3)	53(7.5)
어느 정도 그렇다	691(61.9)	735(65.8)	458(64.4)
별로 그렇지 않다	251(22.5)	242(21.7)	156(21.9)
전혀 그렇지 않다	16(1.4)	36(3.2)	26(3.7)
모름	62(5.6)	33(3.0)	18(2.5)
합 계	1,116(100.0)		711(100)

*사후조사(B)는 선거방송토론위원회 주최 토론회 시청자 그룹 분석 결과

〈표 V-2-13-1〉 후보자토론회의 공정성 평가 (지방선거별)

(단위: 명(%))

항목	서울시장 선거		경기도지사 선거	
	사전조사	사후조사	사전조사	사후조사
매우 그렇다	62(10.6)	44(7.5)	34(6.4)	26(4.9)
어느 정도 그렇다	381(65.3)	419(71.8)	310(58.3)	316(59.4)
별로 그렇지 않다	114(19.5)	95(16.3)	137(25.7)	147(27.6)
전혀 그렇지 않다	4(0.7)	13(2.2)	12(2.3)	23(4.3)
모름	23(3.9)	13(2.2)	39(7.3)	20(3.8)
합 계	584(100.0)	584(100.0)	532(100.0)	532(100.0)

후보자토론회의 유권자들의 공정성 평가를 분석해 본 결과, 사전조사에서 응답자들은 대개 과거 후보자토론회가 공정하게 진행되었다고 평가하고 있는 것으로 나타났다(70.5%). 반면에 그것이 지금까지 공정하게 진행되지 않았다고 응답한 비율은 23.9%였다. 사후조사에서도 응답자들 중 72.1%가 이번 지방선거 후보자토론회가 공정하게 진행되었다고 평가하였다. 사후조사에서 이번 지방선거 후보자토론회가 공정하게 진행되지 않았다고 응답한 비율은 24.9%였고 이 결과는 사전조사와 크게 차이가 나지 않았다. 사전조사와 사후조사에서의 ‘모름’ 응답자의 비율이 2.6% 감소하였다는 점에서 후보자토론회를 시청한 응답자들이 보다 선명한 응답(공정하다/공정하지 않다)으로 자신의 입장을 표현한 결과로 보인다. 결국 분석결과에 따르면, 이번 지방선거 후보자토론회에 대해서 유권자들은 그들이 본래 갖고 있던 기대에 견주어 본다면, 사전 기대 수준과 비슷하거나 조금 나은 수준에서 공정하게 진행되었다고 인식하는 것으로 나타났다. 그럼에도 불구하고 사전/사후조사를 통해 여전히 20% 이상의 유권자들이 토론회

를 공정성 측면에서 만족스럽지 않게 평가하고 있다는 점에서 향후 제도적으로 공정성 측면의 개선을 위해 보다 많은 노력이 필요할 것이다.

그렇다면, 어떤 사람들이 이번 지방선거 토론회를 더 공정하게 혹은 불공정하게 인식 하였을까? 후보자토론회에 대한 공정성 평가를 유권자들의 사회인구학적·정치적 특성으로 나누어 살펴보면, 성별과 학력, 지지정당은 공정성 인식과 통계적으로 유의한 관계가 있는 것으로 나타난 반면에 연령과 직업은 유의미한 연관성을 갖지 않는 것으로 나타났다. 성별에 있어서는 여성보다 남성이 후보자토론회가 공정하게 진행되었다고 응답한 비율이 높았으며, 학력에서는 다른 학력 그룹과 비교해 고등학교 졸업이라고 응답한 유권자들이 공정하다고 응답한 비율이 가장 낮게 나타났다. 출신지역에서는 서울지역 출신이 이번 후보자토론회가 공정하게 진행되었다고 응답한 비율이 가장 높았으며, 응답 인원의 수가 극히 적은 지역(제주 5명, 기타 3명) 출신을 제외하면 부산/울산/경남 지역 출신의 응답자들이 토론회가 공정하게 진행되었다고 응답한 비율이 가장 낮았다(35명, 출신지역 응답자의 35.8%). 지지정당에 따른 공정성 인식의 경우 다른 정당지지자들과 비교해 바른미래당을 지지한다고 응답한 이들의 후보자토론회가 공정하게 진행되지 않았다고 응답한 비율이 상대적으로 높은 것이 눈에 띈다.

〈표 V-2-14〉 사회인구학적·정치적 특성과 후보자토론회 공정성

(단위: 명(%))

	항목	매우 그렇다	어느 정도 그렇다	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모름	검정값 (χ^2)
성별	남성	42(6.9)	413(68.2)	121(20.0)	19(3.1)	11(1.8)	9.658 (p=0.047) df=4
	여성	23(5.5)	322(63.2)	121(23.7)	17(3.3)	22(4.3)	
학력	초등학교 졸업	0(0.0)	1(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	32.479 (p=0.009) df=16
	중학교 졸업	2(50.0)	1(25.0)	1(25.0)	0(0.0)	0(0.0)	
	고등학교 졸업	15(7.7)	118(60.2)	48(24.5)	19(2.4)	6(3.1)	
	대학교 졸업	40(5.1)	534(68.1)	164(20.9)	19(2.4)	27(3.4)	
	대학원 이상	13(9.9)	81(61.8)	29(22.1)	8(6.1)	0(0.0)	
출신 지역	서울	39(7.5)	350(67.6)	102(19.7)	19(3.7)	8(1.5)	52.803 (p=0.003) df=28
	인천/경기도	12(5.6)	136(63.0)	55(25.5)	4(1.9)	9(4.2)	
	충청/대전	3(3.4)	60(68.2)	25(28.4)	0(0.0)	0(0.0)	
	대구/경북	5(6.0)	58(69.1)	16(19.1)	1(1.2)	4(4.8)	
	부산/울산/경남	5(8.3)	30(50.0)	12(20.0)	7(11.7)	6(10.0)	
	전라/광주	4(3.7)	70(64.8)	26(24.1)	4(3.7)	4(3.7)	

	항목	매우 그렇다	어느 정도 그렇다	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모름	검정값 (χ^2)
	제주	0(0.0)	5(100.0)	5(100.0)	5(100.0)	5(100.0)	
	기타	0(0.0)	2(66.7)	1(33.3)	0(0.0)	0(0.0)	
지지 정당	더불어민주당	43(7.31)	393(66.8)	129(21.9)	15(2.6)	8(1.4)	53.078 ($p=0.003$) df=28
	자유한국당	3(4.7)	45(70.3)	10(15.6)	4(6.3)	2(3.1)	
	바른미래당	3(5.0)	34(56.7)	21(35.0)	1(1.7)	1(1.7)	
	민주평화당	0(0.0)	2(66.7)	0(0.0)	0(0.0)	1(33.3)	
	정의당	3(4.9)	43(70.5)	11(18.0)	3(4.9)	1(1.6)	
	기타 정당	3(25.0)	5(41.7)	3(25.0)	0(0.0)	1(8.3)	
	없음	15(4.9)	197(64.2)	66(21.5)	12(3.9)	17(5.5)	
	잘 모름	0(0.0)	16(76.2)	2(9.5)	1(4.8)	2(9.5)	

※ 성별, 학력, 출신지역, 지지정당은 카이제곱값이 통계적으로 유의하므로 후보자토론회 관심도와 유의미하게 관련되어 있음을 알 수 있고, 연령, 직업, 자산은 후보자토론회 관심도와 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다.

바른미래당 지지자들의 후보자토론회의 공정성 평가가 낮은데서 어느 정도 확인되듯이, 후보자토론회에 대한 유권자들의 공정성 평가는 지지 정당이나 지지 후보자 그리고 보다 직접적으로는 선거 결과 등에 의해 영향을 받을 수 있다. 다시 말해서, 유권자 본인이 지지하는 정당이 선거에서 선전하거나 또는 지지 후보자가 선거에서 승리했을 때와 그렇지 않을 때 유권자들이 인식하는 토론회 진행방식이나 규칙의 공정성에 대한 평가는 크게 엇갈릴 수 있는 것이다. 이러한 의문을 바탕으로 한 연구가설을 경험적으로 검증해 보기 위해 회귀분석(순서 로짓 회귀분석)을 실시해 보았다.

우선, 모형 1의 종속변수는 사전조사에 포함된 지금까지 진행된 후보자토론회의 공정성에 대한 유권자들의 평가이다. 그리고 모형 2와 3의 종속변수는 이번 지방선거 토론회 직후 실시된 후보자토론회 시청자들을 대상으로 한 공정성 평가이다. 주지하다시피, 민주당 지지성향 변수는 사전·사후 조사 분석에서 모두 통계적으로 유의미한 결과를 보여주지 못하지만, 자유한국당을 지지한다고 밝힌 응답자들의 경우 사후조사(모형 2) 분석결과 여타 정당 지지자들과 비교해 이번 지방선거 토론회가 공정하지 못하다고 생각하는 비율이 높은 것으로 나타났으며, 이는 90% 신뢰수준에서 통계적으로 유의미하다. 지난 2014년 서울시장 선거 및 경기도지사 선거에서 민주당 박원순 후보와 자유한국당(새누리당) 남경필 후보가 각각 승리하였다는 사실을 고려해 본다면, 서울시장 및 경기도지사 선거에 참여한 유권자들을 대상으로 한 과거 선거 승패여부에 따른 토론회 공정성 평가결과가 유의미한 차이를 보여주지 못하는 모형 1은 어느 정도 설명이

가능하다.

이번 지방선거 후보자토론회를 시청한 응답자들은 지난 2014년에 비해 이번 선거 후보자토론회가 보다 공정하게 진행되었다고 평가하였는데, 회귀분석 결과에서도 과거의 후보자토론회가 공정하게 진행되었다고 평가한 사람일수록 이번 후보자토론회 역시 긍정적으로 평가하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 다만, 토론회에 대한 관심이 높거나, 토론회가 정보 제공 측면에서 유익했다고 응답한 유권자들일수록 토론회 진행 공정성에 대해 부정적 인식을 드러내고 있다는 사실은 - 토론 관심도와 유용성 변수 통계적으로 유의미 - 토론회를 주의 깊게 시청한 사람들이 오히려 진행방식이나 절차의 공정성 측면에서 문제 인식을 갖고 있음을 의미할 수 있으므로, 토론회 준비위는 향후 토론회 공정성 제고를 위해 보다 세심한 제도적 개선 방안 강구가 필요할 것이다.

〈표 V-2-15〉 후보자토론회 공정성에 대한 평가 분석7)(순서형로짓)

		종속변수		
		토론공정성(사전)		토론공정성(사후)
		모델1	모델2	모델3
토론공정성(사전)		-	-	0.96*** (0.13)
토론 시청 횟수		0.26 (0.15)	-0.08 (0.15)	-0.07 (0.16)
토론 관심도		-0.34** (0.12)	-0.39** (0.13)	-0.27* (0.13)
사전 조사	더불어민주당	0.22 (0.15)	-	-
	자유한국당	-0.26 (0.27)	-	-
사후 조사	더불어민주당	-	0.08 (0.18)	0.04 (0.19)
	자유한국당	-	-0.47* (0.23)	-0.46 (0.24)
정책 공약 인지도		-0.09 (0.05)	-0.01 (0.06)	0.03 (0.06)
정보 취득 유용성		-0.43*** (0.08)	-0.99*** (0.11)	-1.16*** (0.12)
성별(여성=1)		-0.47*** (0.14)	-0.12 (0.14)	0.022 (0.15)

7) 이 분석에서 종속변수는 1에서 4사이의 공정성 정도이기 때문에 이를 순위 변수로 취급한다. 통계 모형은 순서형로짓(Ordered Logit)을 사용한다.

	종속변수		
	토론공정성(사전)		토론공정성(사후)
	모델1	모델2	모델3
연령	-0.01 (0.06)	0.035 (0.06)	0.06 (0.06)
자산	0.06** (0.02)	0.03 (0.02)	0.01 (0.02)
대구/경북 출신	-0.04 (0.25)	0.22 (0.27)	0.30 (0.27)
부산/울산/경남 출신	-0.20 (0.30)	-0.35 (0.32)	-0.18 (0.34)
호남 출신	-0.42 (0.23)	-0.18 (0.24)	-0.13 (0.25)
cut1	-5.74*** (0.53)	-6.68*** (0.55)	-4.24*** (0.67)
cut2	-2.52*** (0.45)	-4.11*** (0.50)	-1.52* (0.65)
cut3	1.13* (0.44)	0.052 (0.49)	2.93*** (0.66)
N	969	994	950
pseudo R-sq	0.06	0.09	0.14

참조: * p < 0.05 ** p < 0.01 *** p < 0.001

4) 소결

본 장에서는 서울시장 및 경기도지사 선거를 중심으로 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회에 대한 관심도와 유권자들의 유용성, 흥미성, 그리고 공정성 인식을 살펴보았다. 우선, 후보자토론회에 대한 유권자들의 관심은 94.9%로 높게 나타나 지난 2014년 제6회 동시지방선거 토론회에 대한 관심도('어느 정도 관심을 갖고 보았다(60.8%)+ '많은 관심을 갖고 보았다(20.0%)'=전체 관심도(80.8%)보다 높은 것으로 조사되었다. 물론, 이번 조사 결과에 따르면, 후보자토론회에 대한 관심도가 높을수록 유권자의 투표의향도 동반 상승하는 것으로 나타났다. 이는 후보자토론회에 대해 높은 관심을 갖는 유권자 그룹이 평소 정치나 선거에 대한 관심도 높은 유권자 층이기 때문일 것이라 사료된다. 한편, 후보자토론회에 대한 관심도는 연령, 직업군, 그리고 지지정당 등의 사회인구학적 그리고 정치적 특성과 통계적으로 유의미한 연관성을 갖고 있는 것을 확인할 수 있었다.

둘째, 2018년 지방선거 후보자토론회에서 후보자 선택 시 고려사항으로 다수의 유

권자들은 후보의 정책 및 공약, 개인 능력, 그리고 도덕성 등의 순으로 응답하였다. 그러나 후보자토론회를 통해 가장 잘 검증된 영역이 무엇인가 확인하는 질문에 대해 유권자들은 후보자의 자질이 가장 잘 검증되었다고 응답하였으나, 후보자의 정책검증이 잘 되었다고 응답한 비율은 18.4%에 그쳤다. 이와 같은 분석결과는 후보자토론회 개최가 후보자의 자질이나 능력을 검증하는데 일정 정도 기대효과를 충족시키긴 하지만, 유권자들이 후보자 선택 시 가장 중요하게 고려하는 정책 및 공약에 대한 정보를 충분히 제공하지 못하고 있음을 다시금 확인시켜 주는 것이다. 따라서 향후 후보자토론회 준비에 있어서 후보자의 자질이나 개인 신상 위주의 논의보다는 공약 관련 정보 제공이나 정책검증 기능에 충실할 수 있도록 보다 많은 제도적 노력이 강구되어야 할 것이다. 그럼에도 불구하고, 다수의 유권자들은 이번 조사를 통해 후보자토론회가 선거정보 제공에 있어 여전히 유용하며 기타 매체와 비교해 그 상대적 유용성은 상당히 높게 평가하였다. 그리고 유권자의 자산이나 지지정당 등의 사회경제적, 정치적 특성 등이 이러한 유용성 평가와 통계적으로 유의미한 연관성을 갖는 것으로 나타났다.

셋째, 후보자토론회를 시청한 응답자의 57.8%가 이번 지방선거 후보자토론회가 흥미롭게 진행되었다고 평가하였는데, 이러한 수치는 지난 2014년 지방선거의 동일 문항에 대한 평가결과(49.8%가 흥미롭다고 응답)에 비해 다소 개선된 결과라 할 수 있다. 이처럼 지방선거 토론회의 흥미성이 지난 4년 전과 비교해 개선된 바탕에는 그간 흥미성과 관심도 유발을 위한 많은 제도적 개선이 마련되었기에 가능한 것이라 생각된다. 다만, 지방선거 토론회의 흥미성에 대한 평가결과가 2017년 대선 당시 토론회의 흥미성 평가(75.1%)보다는 낮다는 점을 고려해 여전히 흥미성 제고를 위한 노력은 필요하다고 생각할 수 있다. 한편, 후보자토론회의 흥미성에 대한 인식은 응답자의 직업군이나 지지정당 등의 개인 특성 등과 통계적으로 유의미한 관련성을 갖는 것으로 조사되었다.

마지막으로 후보자토론회의 공정성에 대한 인식을 살펴보면, 2018년 지방선거 후보자토론회에 대해 응답자의 72.1%가 대체로 공정하게 진행되었다는 인식을 보여주었다. 이러한 긍정적 평가는 사전조사에서 지금까지의 토론회가 공정하게 진행되었다고 응답한 비율인 70.5%보다 살짝 높아진 결과라는 점에서 이번 토론회는 공정성 측면에서 큰 문제는 없었다고 평가할 수 있을 것이다. 다만, 여전히 25%이상의 시청자들이 공정성 측면에서 문제인식을 공유하고 있으므로, 특히 군소정당 지지자 등의 토론회 형식이나 전반적 제도에 대한 불만을 누그러뜨릴 수 있는 제도적 개선책에 대한 연구도 수반될 필요는 있다. 한편, 후보자토론회에 대한 공정성 평가는 응답자의 성별, 학력, 출신지역, 그리고 지지정당 등의 사회인구학적, 정치적 특성과 통계적으로 유의미한 관련성을 갖는 것으로 나타났다.

유권자들의 후보자토론회에 대한 관심은 지속적으로 올라가고 있으며, 따라서 후보

자토론회가 선거과정에 미치는 영향은 결코 적다고 할 수 없을 것이다. 본 장에서의 분석결과는 유권자들은 지지 후보자 결정 시, 후보자의 정책, 능력, 자질 등을 고려해 투표를 결정하게 되는데, 향후 선거방송토론위원회는 이러한 유권자들의 선호를 고려하여 유권자에게 유용한 정보를 제공해 줄 수 있도록 공정한 토론회 준비와 개최를 위해서 지속적인 노력이 경주되어야 할 것이다.

3. 효과적 측면

후보자토론회 시청이 유권자들의 행태에 영향을 미치는가? 예를 들어, 후보자토론회 시청은 유권자들의 후보자 지지에 영향을 미치는가? 이 질문들은 학자들이 후보자토론회와 관련하여 가장 관심을 가지고 있는 주제들 중 하나일 것이다(Abramowitz 1978; Holbrook 1994; Lanoue 1991; Lanoue and Schrott 1989; Lee 2016). 이론적으로 후보자토론회가 유권자들의 정치 행태에 영향을 미칠 것이라는 것은 일견 자명해 보인다. 학자들은 후보자토론회가 유권자들에게 다양한 정보를 제공한다고 주장한다(Benoit and Hansen 2004). 실제로 후보자토론회 시청 후 시민들의 정치 지식이 증가했다는 경험적 증거가 존재한다(Lee and Lee 2015). 정보는 행태의 변화를 설명하는 주요한 변수들 중 하나이다(Zaller 1992). 즉, 유권자들이 후보자토론회를 통해 정보를 습득한다면, 이로 인한 행태의 변화를 기대할 수 있다.

하지만, 정보의 습득이 행태의 변화를 유인하기 위해서는 유권자들이 습득한 정보를 받아들이는 과정이 필요하다(Zaller 1992). 즉, 비록 후보자토론회시청을 통해 유권자들이 새로운 정보를 접했다 하더라도, 이 정보를 왜곡하여 인식하거나 자의적으로 해석한다면, 정보 습득으로 인한 행태의 변화는 기대하기 어려울 것이다. 일군의 학자들은 후보자토론회 시청이 후보자 선택 혹은 지지 후보자 변화에 유의미한 영향을 미치지 않는다고 주장한다(Abramowitz, 1978; Holbrook, 1994; Jamieson & Birdsell, 1988). 그렇다면, 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회가 유권자들에게 미친 영향은 무엇인가? 유권자들은 이번 후보자토론회를 어떻게 평가하는가? 후보자토론회 시청이 유권자들에게 의미 있는 정보를 제공하는가? 이 장은 이러한 질문들을 탐구한다. 특히, 후보자토론회 시청이 선거에 대한 관심이나 후보자 지지에 미치는 영향력을 측정한다.

이 질문들에 경험적으로 답하기 위해 이 보고서는 지난 5월 24일과 6월 20일 사이에 서울시민과 경기도민을 대상으로 두 차례 진행된 설문 조사 결과를 분석한다. 이 설문 조사는 온라인으로 진행되었으며, 설문 대상은 2,225명이다. 사전조사는 5월 24일부터 28일까지, 사후조사는 6월 14일부터 20일까지 진행되었다. 서울시와 경기도 사전조사 참여자는 각각 1,120명, 1,105명, 사후조사는 584명 532명이었다. 사후조사

는 설문 참여자들 중 후보자토론회를 시청하였다고 응답한 유권자들만을 대상으로 하였다. 그렇기 때문에 후보자토론회 시청 효과를 엄밀히 검증하는 것은 불가능하다. 또한 설문조사가 온라인으로 이루어졌기 때문에 대표성에도 문제가 있을 수 있다.⁸⁾ 이러한 설문조사의 한계로 인해 이어지는 분석과 해석 역시 제한적일 수밖에 없음을 감안해야 한다.

1) 토론회 평가

후보자토론회의 주요 목적들 중 하나는 유권자들의 후보자 선택에 도움을 줄 수 있는 정보를 제공하는 것이다(Benoit and Hansen 2004; Lee and Lee 2015). 그렇다면, 이번 전국동시지방선거 후보자토론회는 유권자들에게 의미 있는 정보를 제공하였는가? 설문은 후보자토론회가 후보자 자질, 공약, 정책수행능력 비교에 얼마나 도움이 되었는가를 물었다. <표 V-3-1>은 이와 관련한 정보를 담고 있다.

<표 V-3-1> 후보자 검증 관련 후보자토론회 평가 (사후조사)

(단위: 명(%))

평가	후보자 자질 비교 ⁹⁾		정책공약 비교 ¹⁰⁾		정책수행능력 비교 ¹¹⁾	
	서울시	경기도	서울시	경기도	서울시	경기도
전혀 도움이 되지 않았다	1 (0.2)	13 (2.4)	2 (0.3)	35 (6.6)	4 (0.7)	28 (5.3)
별로 도움이 되지 않았다	32 (5.5)	46 (8.7)	41 (7.0)	52 (9.8)	39 (6.7)	65 (12.2)
그저 그렇다	119 (20.4)	105 (19.7)	127 (21.8)	130 (24.4)	146 (25.0)	136 (25.6)
약간 도움이 되었다	321 (55.0)	260 (48.9)	324 (55.5)	232 (43.6)	297 (50.9)	220 (41.4)
매우 도움이 되었다	110 (18.8)	107 (20.1)	89 (15.2)	82 (15.4)	96 (16.4)	83 (15.6)
모름/무응답	1 (0.2)	1 (0.2)	1 (0.2)	1 (0.2)	2 (0.3)	0 (0.0)
계	584	532	584	532	584	532

8) 설문은 “마이크로밀 엠브레인”에서 담당하였다. 성·연령·권역별 인구비례 할당 후 마이크로밀 엠브레인 보유 온라인 패널에서 무작위 추출.

9) 설문은 “선생님께서 이번 서울시장/경기도지사 선거 후보자토론회가 후보자의 자질을 비교하는데 얼마나 도움이 되셨습니까?”이다.

10) 설문은 “선생님께서 이번 서울시장/경기도지사 선거 후보자토론회가 후보자의 정책공약을 비교하는데 얼마나 도움이 되셨습니까?”이다.

11) 설문은 “선생님께서 이번 서울시장/경기도지사 선거 후보자토론회가 후보자의 정책수행능력을 비교하는데 얼마나 도움이 되셨습니까?”이다.

이 표의 결과에 따르면, 가장 높은 빈도를 보이는 응답은 서울시민과 경기도민, 그리고 세 영역 모두에서 “약간 도움이 되었다”이다. 그 다음으로 높은 빈도를 보이는 응답은 “매우 도움이 되었다”이다. 즉, 대다수의 유권자들은 후보자토론회 시청이 후보자 자질과 정책, 그리고 그 수행능력을 비교하는데 도움이 되었다고 평가하는 것을 알 수 있다. 서울시와 경기도를 비교하였을 때, 별로 도움이 되지 않았다는 의견의 비율이 경기도민 사이에서 더 높았다. 이번 경기도지사 선거 후보자토론회에서 정책보다는 특정 후보자의 스캔들이 더 부각되었기 때문에 이러한 결과가 나왔다고 유추해 볼 수 있을 것이다.

이 보고서는 후보자토론회에 대한 평가가 시청 횟수에 따라 달라지는가를 확인한다. 두 변수들 간의 관계를 비교해 볼 때, 서울시의 경우 시청 횟수가 증가할수록 후보자토론회를 긍정적으로 평가하는 것을 확인할 수 있다.¹²⁾ 하지만, 경기도의 경우 정책 공약 비교와 정책수행능력 비교에 대한 평가에서는 통계적 유의성이 관찰되지 않았다. 즉, 경기도민들이 후보자토론회를 한 번 더 시청했다고 해서 후보자들의 정책 공약이나 수행능력 비교에 더 긍정적인 평가를 내리지 않았다는 것이다. 이는 경기도지사 선거 후보자토론회가 정책 중심이 아닌 개인사에 관련된 논의가 주를 이루었기 때문일 것이다. 반면 관심 시청에서는 양쪽 모두 두 변수들 간의 관계가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.¹³⁾ 하지만, 경기도민들에 비해 서울시민들 사이에서 이 관계가 더 강한 것을 확인할 수 있다. 이러한 차이 역시 앞서 지적하였듯이 이번 경기도지사 선거가 정책보다는 특정 후보자의 사생활 관련 논쟁이 더 부각되었기 때문일 수 있다.

12) 시청 횟수를 순위변수로 간주한다면, 두 순위변수들 간의 변이를 감마 검정을 통해 확인할 수 있다. 감마값은 -1에서 1까지 범위를 갖으며, 0은 두 변수들 간의 관계가 없음을 의미한다. 즉, 이 값이 클수록 변수들 간의 관계가 강하다는 것을 의미한다. 관계의 통계적 유의성은 $z(= \text{감마값}/\text{점근표준오차})$ 분포를 통해 확인할 수 있다. 후보자 자질 비교와 시청 횟수: 감마값 = 0.25, 점근표준오차 = 0.07(서울); 감마값 = 0.16, 점근표준오차 = 0.07 (경기). 정책공약 비교와 시청 횟수: 감마값 = 0.24, 점근표준오차 = 0.07 (서울); 감마값 = 0.05, 점근표준오차 = 0.07 (경기). 정책수행능력 비교와 시청 횟수: 감마값 0.22, 점근표준오차 = 0.06 (서울); 감마값 = 0.08, 점근표준오차 = 0.07 (경기).

13) 후보자 자질 비교와 관심시청: 감마값 = -0.46, 점근표준오차 = 0.05 (서울); 감마값 = -0.34, 점근표준오차 = 0.06 (경기). 정책수행능력 비교와 관심시청: 감마값 = -0.31, 점근표준오차 = 0.06 (서울); 감마값 = -0.28, 점근표준오차 = 0.06 (경기). 정책공약 비교와 관심시청: 감마값 = -0.17; 점근표준오차 = 0.06 (서울); 감마값 = -0.17, 점근표준오차 = 0.06 (경기).

〈표 V-3-2〉 공약 인지도¹⁴⁾ (사후조사)

(단위: 명(%))

공약 인지도	응답자 수 (%)	
	서울시	경기도
잘 알고 있다	82 (14.0)	78 (14.7)
조금 알고 있다	446 (76.4)	409 (76.9)
잘 모른다	54 (9.3)	44 (8.3)
전혀 모른다	2 (0.3)	1 (0.2)
계	584	532

앞선 설문 결과에 따르면, 다수의 유권자들이 후보자토론회가 후보자들의 정책을 비교하는데 유용하였다고 응답한 것을 알 수 있다. 그렇다면, 유권자들은 후보자들의 공약을 어느 정도 알고 있다고 인식하는가? 〈표 V-3-2〉에 따르면, 대부분의 유권자들이 공약을 어느 정도 알고 있다고 자평하는 것으로 보인다. 공약을 모른다고 응답한 유권자들의 비율은 서울시와 경기도 모두에서 10%도 채 되지 않는 것으로 나타난다. 잘 안다고 응답한 서울시민과 경기도민들의 차이도 거의 없는 것으로 나타났다.

〈표 V-3-3〉 후보자토론회 시청과 공약 이해 인식 (사후조사)

(단위: 명 (%))

공약 이해 인식	후보자토론회 시청 횟수			
	1회		2회	
	서울시	경기도	서울시	경기도
잘 알고 있다	35 (9.6)	40 (11.2)	47 (21.4)	38 (21.6)
조금 알고 있다	286 (78.6)	284 (79.8)	160 (72.7)	125 (71.0)
잘 모른다	42 (11.5)	31 (8.7)	12 (5.5)	13 (7.4)
전혀 모른다	1 (0.3)	1 (0.3)	1 (0.5)	0 (0.0)

그렇다면, 공약 이해 인식이 후보자토론회 시청과 관계가 있을까? 〈표 V-3-3〉은 후보자토론회 시청 횟수와 공약 이해 인식 사이의 관계를 보여준다. 이 표를 살펴보면, 후보자토론회를 두 번 시청한 서울시민들 사이에서 공약을 잘 알고 있다고 응답한 비

14) 설문은 “선생님께서 이번 서울시장/경기도지사 선거 주요 후보자들의 정책 공약에 대해 어느 정도 알고 계십니까?”이다.

율이 더 높은 것을 확인할 수 있다. 그 수가 적기는 하지만, 두 번 시청했다고 응답한 유권자들 사이에서 ‘모른다’는 응답의 비율도 낮게 나타난다. 마찬가지로, 유사한 변화가 경기도민들 사이에서도 관찰된다. 하지만 서울시민들에게서 더 두드러진 변화가 있는 것으로 보인다. 실제로 두 변수들 간의 상관관계가 서울시민들 사이에서 더 큰 것으로 나타났다.¹⁵⁾

〈표 V-3-4〉 후보자토론회 관심 시청과 공약 인지 (사후조사)

(단위: 명 (%))

공약 이해 인식	관심 시청							
	매우 높은 관심		높은 관심		낮은 관심		매우 낮은 관심	
	서울시	경기도	서울시	경기도	서울시	경기도	서울시	경기도
잘 알고 있다	64 (32.0)	58 (27.2)	17 (4.9)	20 (6.8)	1 (2.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
조금 알고 있다	127 (63.5)	143 (67.1)	294 (85.5)	249 (84.4)	25 (69.4)	15 (68.2)	0 (0.0)	2 (1.0)
잘 모른다	8 (4.0)	12 (5.6)	33 (9.6)	25 (8.5)	10 (27.8)	7 (31.8)	3 (75.0)	0 (0.0)
전혀 모른다	1 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (25.0)	0 (0.0)

이 관계는 관심 시청을 독립변수로 간주했을 때도 유사하게 나타난다. 관심 시청과 공약 이해 인식의 관계를 보여주는 〈표 V-3-4〉에 따르면, 서울시민과 경기도민 모두 후보자토론회를 매우 관심 있게 시청한 유권자들일수록 공약을 잘 알고 있다고 답하는 경향이 있다.¹⁶⁾ 이 결과는 후보자토론회를 좀 더 빈번하게, 관심을 가지고 시청할수록 공약을 인지할 가능성이 더 높다는 것을 내포한다. 물론, 선거에 관심이 높고 그렇기 때문에 후보자들의 공약을 좀 더 잘 알고 있는 사람들이 후보자토론회를 좀 더 빈번하게 관심을 가지고 시청할 가능성도 존재한다. 두 변수들 간의 인과성을 검증하기 위해서는 좀 더 엄밀한 검증과 이를 뒷받침할 수 있는 자료가 필요하다.

15) 공약 인지와 시청 횟수: 감마값 = -0.38, 점근표준오차 = 0.08 (서울); 감마값 = -0.26, 점근표준오차 = 0.09 (경기).

16) 공약 이해 인식과 관심 시청: 감마값 = 0.68, 점근표준오차 = 0.05 (서울); 감마값 = 0.56, 점근표준오차 = 0.07 (경기).

〈표 V-3-5〉 쟁점/정책 관련 정보 습득¹⁷⁾ (사후조사)

새로운 정보 습득	응답자 수 (%)	
	서울시	경기도
매우 많았다	47 (8.1)	44 (8.3)
조금 있었다	336 (57.5)	285 (53.6)
별로 없었다	198 (33.9)	182 (34.2)
전혀 없었다	3 (0.5)	21 (4.0)

앞서 지적하였듯이 후보자토론회의 주요 목적들 중 하나는 유권자들에게 후보자 선택에 도움을 줄 수 있는 정보를 제공하는 것이다. 특히, 쟁점이나 정책에 관한 정보는 정책 투표를 위한 필수 조건들 중 하나라고 볼 수 있다. 설문조사 결과에 따르면, 후보자토론회를 시청한 유권자들은 토론 시청을 통해 쟁점이나 정책에 대한 새로운 정보를 얻었다고 평가하고 있는 듯하다. 〈표 V-3-5〉에 따르면, 후보자토론회를 시청한 서울 시민의 약 66%와 경기도민의 약 62%는 새로운 정보를 얻었다고 평가했다.

〈표 V-3-6〉 후보자토론회 시청과 정책 정보 습득 (사후조사)

(단위: 명 (%))

새로운 정책 정보 습득	후보자토론회 시청 횟수			
	1회		2회	
	서울시	경기도	서울시	경기도
매우 많았다	15 (4.1)	25 (7.0)	32 (14.6)	19 (10.8)
조금 있었다	193 (53.0)	178 (50.0)	143 (65.0)	107 (60.8)
별로 없었다	153 (42.0)	140 (39.3)	45 (20.5)	42 (23.9)
전혀 없었다	3 (0.8)	13 (3.7)	0 (0.0)	8 (4.6)

쟁점이나 정책에 대한 정보 습득 역시 후보자토론회를 좀 더 빈번하게 시청한 시민들 사이에서 두드러지게 나타날 가능성이 높다. 실제로 두 변수들 간의 관계를 보여주는 〈표 V-3-6〉을 살펴보면 후보자토론회를 한 번 시청한 서울시민에 비해 두 번 시청한 유권자들의 정보 습득에 대한 평가가 상대적으로 더 긍정적인 것을 알 수 있다. 이

17) 설문은 “이번 서울시장/경기도지사 선거 후보자토론회를 통해 후보자 정책에 대해 새롭게 알게 된 이슈가 있었습니까?”이다.

러한 양상은 경기도민들 사이에서도 관찰된다. 이 관계는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 하지만, 서울시민들 사이에서 이 관계가 더 강한 것으로 관찰되었다.¹⁸⁾

〈표 V-3-7〉 후보자토론회 관심 시청과 정보 습득 (사후조사)

(단위: 명 (%))

새로운 정보 습득	후보자토론회 관심 시청							
	매우 높은 관심		높은 관심		낮은 관심		매우 낮은 관심	
	서울시	경기도	서울시	경기도	서울시	경기도	서울시	경기도
매우 많았다	39 (19.5)	31 (14.6)	7 (2.0)	13 (4.4)	1 (2.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
조금 있었다	115 (57.5)	118 (55.4)	208 (60.5)	159 (53.9)	12 (33.3)	8 (36.4)	1 (25.0)	0 (0.0)
별로 없었다	45 (22.5)	52 (24.4)	128 (37.2)	115 (39.0)	22 (61.1)	14 (63.6)	3 (75.0)	1 (50.0)
전혀 없었다	1 (0.5)	12 (5.6)	1 (0.3)	8 (2.7)	1 (2.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (50.0)

앞선 공약 이해 인식과 마찬가지로, 후보자토론회를 관심 있게 시청한 유권자들이 토론회 시청을 통한 새로운 정보 습득에 대해 더 긍정적으로 평가하는 경향이 있다. 〈표 V-3-7〉은 후보자토론회 관심 시청과 쟁점과 정책에 대한 정보 습득 평가의 관계를 보여준다. 서울시민과 경기도민 모두 매우 높은 관심을 가지고 후보자토론회를 시청했다고 답할수록 새로운 정보를 매우 많이 얻었다고 평가하는 것을 확인할 수 있다.¹⁹⁾ 예를 들어, ‘높은 관심 시청’에서 ‘매우 높은 관심 시청’으로 변할 때 새로운 정보 습득이 ‘매우 많았다’의 비율이 증가한다. 또한 새로운 정보 습득이 ‘별로 없었다’ 역시 줄어든다. 이 결과는 후보자토론회를 관심 있게 시청할수록 새로운 정보를 습득할 가능성이 증가할 수 있다는 증거가 될 수 있다.

18) 정책 정보 습득과 시청 횟수: 감마값 = -0.49, 점근표준오차 = 0.06 (서울); 감마값 = -0.24, 점근표준오차 = 0.07 (경기).

19) 정책 정보 습득과 관심 시청: 감마값 = 0.47, 점근표준오차 = 0.06 (서울); 감마값 = 0.30, 점근표준오차 = 0.06 (경기).

〈표 V-3-8〉 후보자토론회와 선거 쟁점 정보 습득 효과성²⁰⁾ (사후조사)

쟁점 정보 습득	응답자 수 (%)	
	서울시	경기도
매우 효과적이다	31 (5.3)	26 (4.9)
어느 정도 효과적이다	384 (65.8)	277 (52.1)
별로 효과적이지 않다	145 (24.8)	180 (33.8)
전혀 효과적이지 않다	19 (3.3)	46 (8.7)
모름	5 (0.9)	3 (0.6)
계	584	532

정보 습득과 관련하여 이번 조사는 유권자들에게 후보자토론회가 선거 쟁점 관련 정보를 얻는데 얼마나 효과적이라고 생각하는가를 직접 물었다. 이 결과는 앞선 조사결과와 유사한 양상을 보일 것이라고 예측해 볼 수 있다. 〈표 V-3-8〉을 보면, 서울시민의 약 71%, 경기도민의 약 57%가 후보자토론회가 선거 관련 쟁점 정보를 얻는데 효과적이었다고 응답하였다. 반면, 서울시민의 약 28%, 경기도민의 약 42%가 효과적이지 않았다고 응답했다. 전체적으로 보았을 때, 후보자토론회가 쟁점 정보 습득에 효과적이라고 응답한 비율이 그렇지 않다고 응답한 비율보다 높은 것을 확인할 수 있다. 하지만, 서울시에 비해 경기도에서 이 비율의 차이가 더 적게 나타났다. 즉, 쟁점 관련 정보 제공과 관련하여 경기도민들의 토론회에 대한 평가가 서울시민들의 평가보다 낮았다고 볼 수 있다. 이러한 차이는 다양한 측면에서 기인할 수 있지만 기본적으로 토론의 진행 양상이 가장 중요했으리라 생각해볼 수 있다.

지금까지의 결과를 살펴보면, 정보 습득의 효과성에 대한 유권자들의 평가 역시 방송 시청 횟수와 연관이 있을 것이라고 유추해볼 수 있다. 〈표 V-3-9〉는 이러한 유추를 부분적으로 뒷받침한다. 후보자토론회를 한 번 시청한 서울시민들에 비해 두 번 시청한 서울시민들이 정보 습득에 대한 평가를 좀 더 긍정적으로 하는 경향이 있다. 두 번 시청한 서울시민들과 한 번 시청한 시민들을 비교하면, 매우 효과적이라고 평가한 비율도 약 7% 증가하였고, 어느 정도 효과적이라고 응답한 비율도 약 9% 증가하였다. 마찬가지로 별로 효과적이지 않았다는 비율과 전혀 효과적이지 않았다는 평가의 비율은 약 15%, 1% 감소하였다. 두 변수들 간의 관계 역시 통계적으로 유의미하게 나타났다.

20) 설문문은 “선생님께서 이번 서울시장/경기도지사 선거 후보자토론회가 이번 선거의 쟁점에 관한 정보를 얻는데 얼마나 효과적이었다고 생각하십니까?”이다.

〈표 V-3-9〉 후보자토론회 시청과 선거 쟁점 정보 습득 효과성 (사후조사)

(단위: 명 (%))

쟁점 정보 습득	후보자토론회 시청 횟수			
	1회		2회	
	서울시	경기도	서울시	경기도
매우 효과적이다	9 (2.5)	10 (2.8)	22 (10.0)	16 (9.1)
어느 정도 효과적이다	226 (63.0)	190 (53.7)	158 (71.8)	87 (49.7)
별로 효과적이지 않다	111 (30.9)	123 (34.8)	34 (15.5)	57 (32.6)
전혀 효과적이지 않다	13 (3.6)	31 (8.8)	6 (2.7)	15 (8.6)
모름	5 (1.4)	2 (0.6)	0 (0.0)	1 (0.6)

하지만, 경기도의 경우 두 변수들 간의 관계가 통계적으로 유의미하지 않았다.²¹⁾ 즉, 경기도민들은 후보자토론회를 한 번 시청했다고 하더라도 후보자토론회 시청을 통한 정보 습득과 관련하여 더 긍정적인 평가를 내리지 않았다는 것이다. 이는 앞서 살펴본 바와 같이 후보자토론회의 전개 양상과 관련이 있을 것이라고 짐작해 볼 수 있다.

〈표 V-3-10〉 후보자토론회 관심 시청과 선거 쟁점 정보 습득 효과성 (사후조사)

(단위: 명 (%))

쟁점 정보 습득	후보자토론회 관심 시청							
	매우 높은 관심		높은 관심		낮은 관심		매우 낮은 관심	
	서울시	경기도	서울시	경기도	서울시	경기도	서울시	경기도
매우 효과적이다	24 (12.0)	20 (9.4)	7 (2.1)	6 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
어느 정도 효과적이다	136 (68.0)	120 (56.6)	235 (68.7)	147 (49.8)	13 (39.4)	9 (45.0)	0 (0.0)	1 (50.0)
별로 효과적이지 않다	36 (18.0)	56 (26.4)	89 (26.0)	115 (39.0)	17 (51.5)	9 (45.0)	3 (75.0)	0 (0.0)
전혀 효과적이지 않다	4 (2.0)	16 (7.6)	11 (3.2)	27 (9.2)	3 (9.1)	2 (10.0)	1 (25.0)	1 (50.0)

21) 정보 습득 효과성과 시청 횟수: 감마값 = -0.41, 점근표준오차 = 0.07 (서울); 감마값 = -0.09, 점근표준오차 = 0.08 (경기).

시청 횟수와 마찬가지로 관심 시청 변수도 정보 습득 효과성 평가와 유의미한 관계가 있을 것이다. 앞선 정보 습득 관련 내용을 고려하면, 높은 관심을 가지고 후보자토론회를 시청한 유권자들이 상대적으로 정보 습득 효과성과 관련하여 좀 더 긍정적인 평가를 할 가능성이 높다. <표 V-3-10>은 쟁점 정보 습득과 관심 시청의 변이를 보여준다. 이 표의 결과에 따르면, 매우 높은 관심을 가지고 방송후보자토론회를 시청한 서울시민들과 경기도민들이 높은 관심을 가지고 토론을 시청한 시민들에 비해 각각 약 8%, 7% 더 높게 후보자토론회가 쟁점 정보 습득에 매우 효과적이었다고 응답한 것을 알 수 있다. 반면, 별로 효과적이지 않았다는 부정적인 평가는 서울시민들과 경기도민들 사이에서 약 8%와 13%씩 감소하였다. 전체적으로 보았을 때 이 두 변수들 간의 상관관계는 통계적으로 유의미하다. 하지만 경기도민들에 비해 서울시민들 사이에서 두 변수들 간의 관계가 더 강하게 나타났다.²²⁾ 이러한 사실은 앞선 결과와도 관련이 있을 것이다.

<표 V-3-11> 후보자토론회와 후보자 검증²³⁾ (사후조사)

후보자 검증 영역	응답자 수 (%)	
	서울시	경기도
정책	122 (20.9)	83 (15.6)
자질	305 (52.2)	269 (50.6)
능력	76 (13.0)	65 (12.2)
검증된 영역이 없다	72 (12.3)	111 (20.9)
모름	9 (1.5)	4 (0.8)
계	584	532

유권자들은 후보자토론회를 통해 후보자들의 능력과 자질, 능력 등을 비교할 수 있다. 이번 설문 조사는 유권자들에게 정책, 자질, 능력들 중 어느 영역이 가장 잘 검증되었는가를 물었다. <표 V-3-11>에 나타나듯이, 서울시민들 중 약 52%, 경기도도민들 중 약 51%는 후보자 자질 검증이 가장 잘 이루어졌다고 응답했다. 반면, 가장 낮은 비율은 능력 영역이었다. 서울시민들의 경우 약 13%, 경기도민들의 경우 약 12%만이 후보자의 능력이 가장 잘 검증되었다고 응답했다. 검증된 영역이 없다고 응답한 시민들도 서울시 약 12%, 경기도 약 21%로 낮지 않은 편이다. 서울시민과 경기도민 간의 두드러지는 차이는 없는 듯하다. 다만, 정책검증이 경기도지사 선거 후보자토론회가 상

22) 정보 습득 효과성과 관심 시청: 감마값 = 0.42, 점근표준오차 = 0.06 (서울); 감마값 = 0.27, 점근표준오차 = 0.06 (경기).

23) 설문은 “선생님께서 이번 서울시장/경기도지사 선거 후보자토론회를 통해 다음 중 어느 영역이 가장 잘 검증되었다고 생각하십니까?”이다.

대적으로 낮게 나타났으며, 검증된 영역이 없다는 응답도 상대적으로 높게 나타났다는 것이 눈에 띈다. 이 차이가 유의하다면, 앞서 언급한 경기도지사 선거 후보자토론회 과정과 내용이 그 까닭이 될 수 있을 것이다.

그렇다면, 후보자토론회를 더 빈번하게 시청한 사람들과 그렇지 않은 사람들 간의 검증 영역 평가에 차이가 존재하는가? 무엇보다 검증된 영역이 없다고 말한 사람들의 비율이 줄어들 것이라고 예상해볼 수 있다. <표 V-3-12>는 관련 내용을 담고 있다. 서울시민을 대상으로 한 결과에 따르면, 실제로 검증된 영역이 없다고 응답한 사람의 비율이 후보자토론회를 한 번 시청한 사람들에 비해 두 번 시청한 사람들 사이에서 약 5% 정도 낮게 나타났다. 모름이라고 응답한 비율도 약 3% 감소했다. 약 8%의 이 변화 비율은 정책, 자질, 능력 증가에 고루 반영되었다. 즉, 후보자토론회를 더 빈번하게 시청한 사람들이 특정 영역이 더 잘 검증되었다고 평가한다기보다 어느 영역이든 잘 검증되었다고 응답할 가능성이 높아진다는 것을 의미한다.

<표 V-3-12> 후보자토론회 시청과 후보자 검증 (사후조사)

(단위: 명 (%))

후보자 검증 영역	후보자토론회 시청 횟수			
	1회		2회	
	서울시	경기도	서울시	경기도
정책	73 (20.1)	56 (15.7)	49 (22.3)	27 (15.3)
자질	185 (50.8)	181 (50.8)	120 (54.6)	88 (50.0)
능력	45 (12.4)	41 (11.5)	31 (14.1)	24 (13.6)
검증된 영역이 없다	52 (14.3)	74 (20.8)	20 (9.1)	37 (21.0)
모름	9 (2.5)	4 (1.1)	0 (0.0)	0 (0.0)

하지만, 이러한 양상이 경기도민들 사이에서 똑같이 관찰되지는 않는다. 특히, 검증된 영역이 없다고 응답한 비율이 시청 횟수에 따라 큰 차이를 보이지 않았다. 오히려 두 번 시청한 경기도민들 사이에서 이 비율이 약 0.23% 증가했다. 나머지 영역에서도 큰 변화가 없었다. 다만, 모르겠다는 응답이 사라지고, 능력이 잘 검증되었다고 답한 경기도민의 비율이 약간 상승하였을 뿐이다. 이 결과는 서울시장 선거 후보자토론회가 상대적으로 더 유익하게 진행되었다는 것을 의미할 수 있다.

〈표 V-3-13〉 후보자토론회 관심 시청과 후보자 검증 (사후조사)

(단위: 명 (%))

후보자 검증 영역	후보자토론회 관심 시청							
	매우 높은 관심		높은 관심		낮은 관심		매우 낮은 관심	
	서울시	경기도	서울시	경기도	서울시	경기도	서울시	경기도
정책	42 (21.0)	39 (18.3)	77 (22.4)	42 (14.2)	3 (8.3)	2 (9.1)	0 (0.0)	0 (0.0)
자질	113 (56.5)	111 (52.1)	177 (51.5)	149 (50.5)	14 (38.9)	8 (36.4)	1 (25.0)	1 (50.0)
능력	28 (14.0)	29 (13.6)	41 (11.9)	30 (10.2)	6 (16.7)	6 (27.3)	1 (25.0)	0 (0.0)
검증된 영역이 없다	16 (8.0)	34 (16.0)	45 (13.1)	72 (24.4)	9 (25.0)	4 (18.2)	2 (50.0)	1 (50.0)
모름	1 (0.5)	0 (0.000)	4 (1.2)	2 (0.7)	4 (11.1)	2 (9.1)	0 (0.0)	0 (0.0)

시청 횟수와 검증 영역의 관계는 관심 시청과 검증 영역의 관계에서도 유사한 양상이 관찰된다. 〈표 V-3-13〉을 보면, 높은 관심을 가지고 후보자토론회를 시청하였다는 응답자들이 검증된 영역이 없다고 응답한 비율이 상대적으로 낮다는 것을 알 수 있다. 매우 높은 관심을 가지고 시청한 서울시민들의 경우 약 8%, 경기도민의 경우 약 16%가 검증된 영역이 없다고 응답한 반면, 높은 관심을 가지고 시청한 서울시민의 약 13%, 경기도민의 24%가 검증된 영역이 없다고 답했다. 이전의 시청 횟수와 사뭇 다른 결과로는 매우 높은 관심을 가지고 후보자토론회를 시청한 서울시민들의 경우 높은 관심을 가지고 시청한 서울시민들에 비해 정책 영역이 잘 검증되었다고 응답한 비율이 약 1% 정도 감소했다는 것이다. 반면, 경기도민들 사이에서 이 비율은 약 4% 증가했다.

2) 후보자토론회와 시민 참여 (civic engagement)

후보자토론회는 유권자들에게 정보를 제공할 뿐만 아니라 정치 참여나 관심과 같은 “시민 참여”(civic engagement)에도 긍정적인 역할을 한다는 연구들이 존재한다(Lee and Lee 2017; McKinney and Chattopadhyay, 2007; McKinney and Rill, 2009). 정보는 시민 참여를 설명하는 주요 변수들 중 하나이고, 후보자토론회는 유권자들에게 선거 관련 정보를 제공한다. 결국, 후보자토론회 시청은 유권자들이 선거에 대해 더 관심을 갖게 하고 이야기하게 하는 계기가 될 수 있을 것이다. 이 보고서는 기존 연구를 기반으로 유권자들의 선거 관심도 변화와 선거 관련 대화, 그리고 투표 참여와 권력의 중요성에 대한 인식 변화를 살펴본다.

〈표 V-3-14〉 선거 관심도 변화²⁴⁾ (사후조사)

(단위: 명 (%))

선거 관심도 변화	응답자 수 (%)	
	서울시	경기도
매우 높아졌다	69 (11.8)	64 (12.0)
조금 높아졌다	309 (52.9)	270 (50.8)
변화가 없었다	193 (33.1)	172 (32.3)
조금 낮아졌다	11 (1.9)	20 (3.8)
매우 낮아졌다	2 (0.3)	6 (1.1)
계	584	532

우선, 기존 연구 결과에 따라 후보자토론회 시청 후 유권자들의 선거에 대한 관심도가 증가했을 것이라고 예상할 수 있다. 〈표 V-3-14〉는 선거 관심도 변화에 대한 유권자들의 응답을 담고 있다. 이 결과에 따르면, 서울시민의 약 65%, 경기도민의 약 63%가 후보자토론회 시청 후 선거에 대한 관심이 증가했다고 답했다. 관심이 오히려 낮아졌다고 응답한 비율은 서울시민들 사이에서 약 2%, 경기도민들 사이에서 약 5% 정도로 낮게 나타났다. 변화가 없었다는 비율은 두 지역 모두 약 32~33% 수준이었다. 이러한 차이는 기존 주장들과 잘 부합한다고 볼 수 있다. 또한 여러 비판에도 불구하고 후보자토론회가 어느 정도 제 역할을 하고 있다고도 해석할 수 있다.

〈표 V-3-15〉 후보자토론회 시청과 선거 관심도 변화 (사후조사)

(단위: 명 (%))

선거 관심도 변화	후보자토론회 시청 횟수			
	1회		2회	
	서울시	경기도	서울시	경기도
매우 높아졌다	31 (8.5)	34 (9.6)	38 (17.3)	30 (17.1)
조금 높아졌다	180 (49.5)	184 (51.7)	129 (58.6)	86 (48.9)
변화가 없었다	142 (39.0)	118 (33.2)	51 (23.2)	54 (30.7)
조금 낮아졌다	9 (2.5)	15 (4.2)	2 (0.9)	5 (2.8)
매우 낮아졌다	2 (0.6)	5 (1.4)	0 (0.0)	1 (0.6)

24) 설문은 “이번 서울시장/경기도지사 선거 후보자토론회 시청을 통해 선생님의 이번 선거에 대한 관심도가 더 높아졌다고 생각하십니까?”이다.

후보자토론회 시청이 선거 관심도를 증가시키는 경향이 있다면, 좀 더 빈번한 시청은 더 높은 관심도를 유발할 것이다. <표 V-3-15>에서 서울시민들을 대상으로 한 두 변수들 간의 관계를 살펴보면, 이러한 가정이 경험적으로 사실임을 확인할 수 있다. 한 번 시청한 시민들에 비해 두 번 시청한 유권자들 사이에서 선거에 대한 관심이 '매우 높아졌다'와 '조금 높아졌다'는 응답이 약 9% 정도씩 상승하는 것을 알 수 있다. 반면, '변화가 없었다'는 응답자의 비율은 약 16% 감소하였다. 이러한 변화는 통계적으로도 유의미하다.²⁵⁾ 물론 선거에 대한 관심이 증가해서 후보자토론회를 더 시청하였을 수 있기 때문에 이 두 변수들의 영향력 관계는 어느 정도 상호적일 수 있다. 하지만 이러한 관계가 경기도민들 사이에서는 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 즉, 경기도민들은 한 번 더 후보자토론회를 시청했다고 해서 선거에 대한 관심도가 증가하지 않았다는 것이다.

〈표 V-3-16〉 후보자토론회 관심 시청과 선거 관심도 변화 (사후조사)

(단위: 명 (%))

선거 관심도 변화	후보자토론회 관심 시청							
	매우 높은 관심		높은 관심		낮은 관심		매우 낮은 관심	
	서울시	경기도	서울시	경기도	서울시	경기도	서울시	경기도
매우 높아졌다	54 (27.0)	55 (25.8)	15 (4.4)	8 (2.7)	0 (0.0)	1 (4.6)	0 (0.0)	0 (0.0)
조금 높아졌다	112 (56.0)	109 (51.2)	190 (55.2)	155 (52.5)	7 (19.4)	6 (27.3)	0 (0.0)	0 (0.0)
변화가 없었다	31 (15.5)	45 (21.1)	133 (38.7)	112 (38.0)	26 (72.2)	14 (63.6)	3 (75.0)	1 (50.0)
조금 낮아졌다	3 (1.5)	2 (0.9)	5 (1.5)	17 (5.8)	2 (5.6)	1 (4.6)	1 (25.0)	0 (0.0)
매우 낮아졌다	0 (0.0)	2 (0.9)	1 (0.3)	3 (1.0)	1 (2.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (50.0)

후보자토론회 시청 횟수와 마찬가지로 관심 시청도 선거 관심도 변화에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. <표 V-3-16>은 이 두 변수들과 관련한 유권자들의 응답 비율 증감을 보여준다. 이 결과에 따르면, 서울시민들과 경기도민들 모두 후보자토론회를 관심 있게 시청하였다고 응답할수록 선거 관심도가 높아졌다고 답하는 경향이 있다.²⁶⁾ 한

25) 선거 관심도와 시청 횟수: 감마값 = -0.36, 점근표준오차 = 0.06 (서울); 감마값 = -0.15, 점근표준오차 = 0.07 (경기).

26) 선거 관심도와 관심 시청: 감마값 = 0.63, 점근표준오차 = 0.04 (서울); 감마값 = 0.53, 점근표준오차 = 0.05 (경기).

예로, 매우 높은 관심을 가지고 후보자토론회를 시청한 시민들은 높은 관심을 가지고 시청한 시민들에 비해 선거에 대한 관심이 매우 높아졌다고 답한 비율이 약 23% 증가하는 것으로 나타났다. 선거에 대한 관심에 변화가 없었다는 비율도 높은 관심을 가지고 시청한 시민들에 비해 매우 높은 관심을 가지고 시청한 서울시와 경기도 유권자들 사이에서 약 23%, 17% 정도 감소하였다. 즉, 앞선 결과와 이 결과는 유권자들이 좀 더 빈번하게 관심을 가지고 후보자토론회를 시청할수록 선거에 대한 관심이 증가할 것이라는 것을 보여준다.

〈표 V-3-17〉 후보자토론회에 대한 대화²⁷⁾ (사후조사)

(단위: 명 (%))

대화 경험	응답자 수 (%)	
	서울시	경기도
매우 많이 했다	85 (14.6)	82 (15.4)
조금 했다	349 (59.8)	332 (62.4)
별로 하지 않았다	136 (23.3)	105 (19.7)
전혀 하지 않았다	14 (2.4)	13 (2.4)
계	584	532

학자들은 후보자토론회 시청이 시민 참여에 미치는 영향을 후보자토론회 시청 후 유권자들이 선거와 관련하여 대화를 나누는 빈도로 확인하기도 한다(Lee and Lee 2017). 〈표 V-3-17〉에 따르면, 서울시민의 약 60%, 경기도민의 약 62%가 후보자토론회에 대한 대화를 조금 했다고 응답하였다. 반면, 별로 대화하지 않았거나 전혀 대화하지 않았다는 응답은 약 22~26%로 상대적으로 낮은 것을 알 수 있다. 즉, 대부분의 유권자들은 후보자토론회를 시청한 후 주변 사람들과 이에 대한 대화를 나누는 편이라고 볼 수 있다.

유권자들이 후보자토론회를 시청한 후 주변 사람들과 이에 관한 대화를 나누는 것이 일반적이라면, 후보자토론회를 더 빈번하게 시청할수록 더 자주 이에 대해 대화를 나눌 것이라고 유추해 볼 수 있다. 실제로 〈표 V-3-18〉은 후보자토론회를 두 번 시청한 시민들 사이에서 후보자토론회 시청 후 대화를 매우 많이 했다는 비율이 증가한 것을 확인할 수 있다. 또한 별로 대화하지 않았다고와 전혀 대화하지 않았다는 비율도 감소한 것을 알 수 있다. 이러한 변화는 통계적으로도 유의미하다.²⁸⁾ 즉, 후보자토론회 시청

27) 설문문은 “선생님께서 서울시장/경기도지사 선거 후보자토론회 시청 후 주변 사람들과 이번 선거와 후보자토론회에 대한 대화를 하신 적이 있으십니까?”이다.

28) 대화와 시청 횟수: 감마값 = -0.48, 점근표준오차 = 0.06 (서울); 감마값 = -0.41, 점근표준오차 = 0.07 (경기).

횃수가 증가할수록 유권자들은 주변 사람들과 더 빈번하게 후보자토론회에 대해 대화를 나누는 경향이 있다는 것이다.

〈표 V-3-18〉 후보자토론회 시청 횃수와 후보자토론회에 대한 대화 (사후조사)

(단위: 명 (%))

대화 경험	후보자토론회 시청 횃수			
	1회		2회	
	서울시	경기도	서울시	경기도
매우 많이 했다	32 (8.8)	38 (10.7)	53 (24.1)	44 (25.0)
조금 했다	212 (58.3)	223 (62.6)	137 (62.3)	109 (61.9)
별로 하지 않았다	107 (29.4)	83 (23.3)	29 (13.2)	22 (12.5)
전혀 하지 않았다	13 (3.6)	12 (3.4)	1 (0.5)	1 (0.6)

〈표 V-3-19〉 후보자토론회 관심 시청과 후보자토론회에 대한 대화 (사후조사)

(단위: 명 (%))

대화 경험	후보자토론회 관심 시청							
	매우 높은 관심		높은 관심		낮은 관심		매우 낮은 관심	
	서울시	경기도	서울시	경기도	서울시	경기도	서울시	경기도
매우 많이 했다	64 (32.0)	62 (29.1)	21 (6.1)	20 (6.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
조금 했다	114 (57.0)	129 (60.6)	219 (63.7)	196 (66.4)	15 (41.7)	6 (27.3)	1 (25.0)	1 (50.0)
별로 하지 않았다	18 (9.0)	20 (9.4)	96 (27.9)	72 (24.4)	19 (52.8)	12 (54.6)	3 (75.0)	1 (50.0)
전혀 하지 않았다	4 (2.0)	2 (0.9)	8 (2.3)	7 (2.4)	2 (5.6)	4 (18.2)	0 (0.0)	0 (0.0)

앞선 결과를 살펴보면, 관심 시청 역시 대화 경험에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 짐작할 수 있다. 〈표 V-3-19〉에 담긴 설문조사 결과를 살펴보면, ‘높은 관심’과 ‘매우 높은 관심’을 가지고 방송을 시청했다고 답한 서울시민과 경기도민을 비교했을 때, ‘매우 높은 관심’을 가지고 후보자토론회를 시청했다고 말한 시민들이 더 높은 비율로 후보자토론회에 대한 대화를 ‘매우 많이 했다’고 답한 것을 확인할 수 있다. 또한 이들

사이에서 대화를 '별로 하지 않았다'거나 '전혀 하지 않았다'고 응답한 비율 역시 상대적으로 매우 낮은 것을 알 수 있다. 두 변수들 간의 관계는 통계적으로 유의미하다.²⁹⁾ 즉, 높은 관심을 가지고 후보자토론회를 시청하는 사람들은 더 빈번하게 후보자토론회에 대해 대화를 하는 경향이 있다는 것이다.

시민 참여와 관련하여 이 연구는 후보자토론회 시청이 유권자들의 선거 참여나 권력에 대한 생각에 어떻게 영향을 미치는가를 검토한다. 후보자토론회는 후보자들이 자신들의 정책을 제시하고 이를 토론하는 자리이다. 즉, 이러한 토론을 시청한 시민들이라면 자신들의 투표가 정치에 미치는 영향력과 권력의 변화가 가져오는 차이를 더 잘 인식할 가능성이 높다. 이 보고서는 투표의 중요성과 권력 변화의 중요성에 대한 유권자들의 인식 변이를 회귀분석을 통해 검토한다. <표 V-3-20>은 그 결과를 담고 있다.

이 회귀분석의 종속변수는 사후조사에서 측정된 투표와 권력의 중요성에 대한 유권자 인식이며, 이 인식의 변화를 살펴보기 위해 사전 조사에서 측정된 투표와 권력의 중요성에 대한 인식이 독립변수로 모형에 포함되었다. 즉, 이 분석 결과에서 통계적 유의성을 보이는 독립변수들은 유권자의 인식 변화를 설명한다. 이 결과에 따르면, 후보자토론회 시청 횟수가 경기도민들의 투표의 중요성에 대한 인식 변화에 유의미하게 영향을 미친 것을 알 수 있다. 하지만 이 영향력은 부정적이다. 즉, 후보자토론회를 좀 더 빈번하게 시청할수록 누구에게 표를 던지는가가 중요하지 않다고 응답할 가능성이 증가하였다는 것이다. 이러한 결과는 후보자토론회 시청이 유권자에게 긍정적인 영향뿐만 아니라 부정적인 영향도 미칠 수 있음을 보여준다.

반면, 관심시청의 경우에는 서울시민과 경기도민 모두에게서 정반대의 결과가 나타났다. 즉, 후보자토론회를 관심 있게 시청하였다고 응답한 시민들일수록 투표 참여가 정치의 변화를 이끌어 낼 수 있다고 생각하는 경향이 있다는 것이다. 이러한 결과는 후보자토론회가 갖는 순기능을 보여준다. 하지만, 권력의 중요성과 관련해서는 후보자토론회 관련 변수들 중 어느 것도 통계적 유의성을 보이지 않았다. 하지만 이 결과가 후보자토론회 시청이 유권자들의 권력 인식에 어떠한 영향도 미칠 수 없다는 것을 의미하지는 않을 것이다. 앞선 투표의 중요성과 관련한 결과를 보면, 만일 후보자들이 좀 더 성실하게 정책 토론에 임한다면, 유권자들의 투표와 권력의 중요성에 대한 인식은 후보자토론회 시청을 통해 좀 더 긍정적인 방향으로 변화할 수 있을 것이다.

29) 대화와 관심 시청: 감마값 = 0.62, 점근표준오차 = 0.05 (서울); 감마값 = 0.61, 점근표준오차 = 0.05 (경기).

〈표 V-3-20〉 투표³⁰⁾와 권력³¹⁾의 중요성에 대한 인식 분석³²⁾

변수	회귀계수 (표준오차)			
	투표의 중요성		권력의 중요성	
	서울시	경기도	서울시	경기도
투표의 중요성 (사전)	0.69** (0.10)	0.48** (0.10)		
권력의 중요성 (사전)			0.55** (0.06)	0.38** (0.07)
토론시청 횟수	-0.05 (0.12)	-0.29** (0.13)	-0.12 (0.11)	-0.15 (0.12)
관심시청	-0.24* (0.13)	-0.25* (0.14)	-0.15 (0.12)	-0.08 (0.13)
선거 관심도 ³³⁾	-0.32** (0.14)	0.04 (0.14)	-0.45** (0.12)	-0.21 (0.13)
문재인 투표 ³⁴⁾	0.07 (0.12)	0.10 (0.14)	0.01 (0.11)	0.24* (0.13)
이념 ³⁵⁾	-0.04 (0.32)	-0.00 (0.03)	-0.06** (0.02)	-0.05* (0.03)
무당파 ³⁶⁾	0.18 (0.14)	0.00 (0.15)	-0.02 (0.12)	-0.09 (0.13)
교육 ³⁷⁾	-0.08 (0.11)	-0.08 (0.11)	-0.05 (0.12)	-0.02 (0.10)
재산 ³⁸⁾	-0.00 (0.01)	0.05** (0.02)	-0.03** (0.01)	0.04** (0.02)
여성	0.11 (0.12)	0.07 (0.12)	0.11 (0.10)	0.28** (0.11)
연령 ³⁹⁾	0.07 (0.04)	0.05 (0.05)	0.09** (0.04)	0.08* (0.04)
관찰수	535	481	532	484
Pseudo R ²	0.11	0.06	0.12	0.07
Log likelihood	-361.22	-345.97	-451.06	-421.52

참조: 종속변수는 투표와 권력의 중요성 (사후조사). Cut point 관련 정보 생략. 표 안의 숫자는 회귀계수, 괄호 안의 숫자는 표준 오차. 통계적 유의성: * < 0.10, ** < 0.05.

- 30) 종속변수는 투표의 중요성이며, 측정 설문은 “선생님께서 누구에게 표를 던지느냐가 중요하다고 보십니까? 중요하지 않다고 생각하십니까? 1부터 5까지 선생님의 의견을 말씀해주세요. 여기서 1은 ‘어떤 후보에게 투표하는가는 중요하지 않다’, 5는 ‘어떤 후보에게 투표하는가는 중요하다’는 것을 의미 합니다.”이다.
- 31) 종속변수는 권력의 중요성이며, 측정 설문은 “누가 권력을 잡느냐에 따라 차이가 있다고 생각하십니까? 없다고 생각하십니까? 1부터 5까지 선생님의 의견을 말씀해주세요. 여기서 1은 ‘누가 권력을 잡느냐에 따라 차이가 없다’는 것을 의미하며, 5는 ‘큰 차이가 있다는 것’을 의미합니다.”이다.
- 32) 각 종속변수는 순위변수이기 때문에 통계분석 방법으로 Ordered Probit 모형을 사용한다.
- 33) 측정 설문은 “선생님께서 이번 제7회 전국동시지방선거에 얼마나 관심이 있으셨습니까?”이다. 선택항은 “1. 관심이 매우 많았다, ..., 4. 관심이 전혀 없었다.”이다.

3) 후보자 토론 평가 및 지지에 미친 영향

후보자토론회의 영향력을 연구하는 많은 학자들은 투표 선택에 미친 영향에 관심을 갖는다(Abramowitz 1978; Holbrook 1994; Lanoue 1991; Lanoue and Schrott 1989; Lee 2016). 이 보고서는 후보자토론회 시청이 투표 선택에 미친 영향력을 두 가지 측면에서 고찰한다. 우선, 유권자들 스스로 평가하는 영향력이다. 두 번째로 후보자토론회 시청 횟수와 관심 시청의 변이에 따라 후보자 호감도 변화 혹은 후보자 선택/지지에 미치는 영향력을 탐구한다.

〈표 V-3-21〉 후보자토론회시청 영향력에 대한 유권자 의견⁴⁰⁾ (사후조사)

(단위: 명 (%))

영향력에 대한 평가	응답자 수 (%)	
	서울시	경기도
매우 많은 영향을 미침	73 (13.0)	65 (12.6)
어느 정도 영향을 미침	277 (49.2)	245 (47.6)
별로 영향을 미치지 않음	183 (32.5)	162 (31.5)
전혀 영향을 미치지 않음	30 (5.3)	43 (8.4)
계	563	515

〈표 V-3-21〉은 후보자토론회가 지지 후보 결정에 미치는 영향력에 대한 유권자들의 자기 평가를 보여준다. 이 설문조사 결과에 따르면, 약 62%의 서울시민들과 약 60%의 경기도민들이 영향을 미쳤다고 응답했다. 과반 이상의 시민들이 후보자토론회 시청이 후보자 선택에 영향을 미쳤다고 평가했다. 그렇다면, 어떠한 방향으로 후보자 선택에 영향을 미쳤을까? 기존 연구들을 살펴보면, 후보자토론회 시청이 후보자 지지에 미치는 영향력은 주로 강화나 각성으로 나타나는 것을 알 수 있다(Lee 2016).

34) 지난 대통령선거는 여러 측면에서 유권자들에게 영향을 미쳤을 가능성이 높다. 특히, 시민들에 의한 정치 변화에 대한 인식에 영향을 미쳤을 수 있다. ‘지난 대통령선거에서 누구에게 투표했는가?’로 측정하였다. ‘문제인 후보에게 투표했다’를 이항변수로 처리하였으며, 그 비율은 약 62%이다.

35) 이념은 자기 평가로 측정하였다. 0을 매우 진보, 5를 중도로, 10을 매우 보수로 0에서 10까지 자신의 이념 위치를 선택하도록 하였다. 이 변수의 평균은 약 4.63이다.

36) 무당파는 지지 정당 없음을 이항변수 측정한다(사전조사). 비율은 다음과 같다: 더불어민주당 = 50.63, 자유한국당 = 5.89, 바른미래당 = 6.34, 정의당 = 4.73, 무당파 = 27.05, 기타 = 4.91.

37) 교육은 초, 중, 고, 대, 대학원 이상 졸업으로 측정하였다.

38) 재산은 “선생님 덕의 부채를 제외한 순자산(금융자산, 부동산 포함)은 어느 정도입니까?”로 측정하였다. 선택항은 “1. 1억원 미만, ..., 11. 10억원 이상”이다. 대한민국에서는 재산보다 소득이 정치적 선호나 행태를 설명하는 더 중요한 변수라는 연구결과들이 존재한다(Lee, Min, and Seo 2018).

39) 연령은 만으로 “20대, ... 60대 이상”으로 측정하였다.

40) 설문은 “이번 후보자토론회가 선생님의 지지 후보 결정에 얼마나 영향을 미쳤습니까?”이다.

〈표 V-3-22〉 후보자토론회 시청 영향력에 대한 유권자 상세 의견⁴¹⁾ (사후 조사)

(단위: 명 (%))

영향력에 대한 상세 평가	응답자 수 (%)	
	서울시	경기도
지지 후보자에 대한 호감 증가	195 (33.4)	129 (24.3)
지지 후보자 변화	66 (11.3)	88 (16.5)
지지 후보자 발견	60 (10.3)	45 (8.5)
영향력 없음	263 (45.0)	270 (50.8)
계	584	532

〈표 V-3-22〉는 후보자토론회 시청이 어떻게 영향을 미쳤는가에 관한 유권자들의 자기 평가에 관한 내용을 담고 있다. 영향력이 없었다고 응답한 시민들을 제외한다면, 가장 높은 비율을 보이는 선택항은 지지하는 후보에 대한 호감이 증가했다는 것이다. 서울시민들의 경우 약 33%, 경기도민들의 경우 약 24%가 이렇게 응답했다. 반면, 후보자토론회 시청 후 지지 후보자가 바뀌었다는 시민들은 약 11-17% 정도로 나타났다. 가장 낮은 비율을 보인 평가는 후보자토론회를 통해 지지하는 후보자를 새로이 발견했다는 것이다. 후보자토론회 시청 후 후보자 지지에 변화가 있었다면, 이는 후보자토론회 평가에 기반할 것이다. 즉, 논리적으로 본다면, 유권자들은 후보자토론회를 더 잘한 후보자로 지지를 변경했을 것이다.

〈표 V-3-23〉 후보자 토론에 대한 평가⁴²⁾ (사후조사)

(단위: 명 (%))

후보자 토론 평가	응답자 수 (비율)	
	서울시	경기도
박원순/이재명 후보	302 (51.7)	231 (43.3)
김문수/남경필 후보	45 (7.7)	94 (17.7)
안철수/김영환 후보	60 (10.3)	37 (7.0)
김종민/이홍우 후보	59 (10.1)	32 (6.0)
모름	118 (20.2)	138 (25.9)
계	584	532

41) 설문은 “이번 후보자토론회가 선생님께서 투표하신(지지하신) 후보자에 대한 지지에 어떻게 영향을 미쳤습니까?”이다.

42) 설문은 “이번 서울시장/경기도지사 선거 후보자토론회에서 토론을 가장 잘 했다고 생각하는 후보자는 누구입니까?”이다.

〈표 V-3-23〉에 나와 있는 ‘후보자토론에서 어느 후보자가 더 잘했는가?’에 대한 유권자들의 평가를 살펴보면, 당선인들인 박원순(약 52%) 후보와 이재명(약 43%) 후보가 가장 높은 평가를 받은 것을 확인할 수 있다. 서울시장 선거에서 가장 낮은 평가를 받은 후보자는 김문수(약 8%) 후보, 경기도지사 선거에서 가장 낮은 평가를 받은 후보자는 이홍우(약 6%) 후보이다. 흥미로운 사실은 20%를 넘는 설문 참여자들이 누가 더 토론을 잘했는지 모르겠다고 응답했다는 것이다.

후보자토론회에 대한 평가가 후보자 지지를 설명하는 고려할만한 독립변수라고 할 수 있지만, 후보자토론회에 대한 평가가 후보자 지지를 설명하는 원인이라고 인과관계를 단정하기는 힘들다. 유권자들이 가지고 있는 기존의 정치 성향이 후보자토론회 평가에 영향을 미칠 가능성이 높기 때문이다. 즉, 후보자토론회에 대한 평가가 후보자 지지를 설명하는 것이 아니라, 유권자들이 특정 후보자를 지지하기 때문에 그 후보자에 대한 긍정적인 평가를 한다는 것이다. 이러한 가능성을 고려하여 분석 결과를 해석해야 할 것이다.

〈표 V-3-24〉은 후보자토론회 평가를 설명하는 회귀분석 내용을 담고 있다. 이 분석의 종속변수는 어느 후보자가 토론을 잘했는가에 대한 유권자들의 평가이다. 앞서 언급하였듯이 기존 정치 성향 혹은 후보자 지지는 토론 평가를 설명하는 요인이 될 수 있다. 이 분석 결과는 이러한 유추를 경험적으로 뒷받침한다. 후보자토론회를 시청하기 전에 이루어진 사전 조사에서 특정 후보를 지지했던 사람들일수록 자신이 지지하는 후보자가 토론을 잘했다고 응답할 가능성이 높다는 것을 보여준다. 예를 들어, 이 표의 회귀분석 결과에 따르면, 박원순 후보를 지지했던 유권자들은 후보자토론회 시청 후 박원순 후보가 토론을 잘했다고 응답할 가능성이 잘한 후보가 없다고 응답한 시민들에 비해 약 6배 더 높다.⁴³⁾ 김문수 후보와 안철수 후보에게서도 유사한 양상이 관찰된다.

후보자토론회 시청과 관련한 변수들은 대부분 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 즉, 후보자토론회를 더 빈번하게 시청하거나 더 관심 있게 시청한다고 해서 특정 후보자가 토론을 더 잘했다고 답할 가능성은 적다는 것이다. 이 표의 결과에 따르면, 후보자토론회를 한 번 더 시청할수록 토론을 잘한 후보자가 없다고 응답한 사람들에 비해 안철수 후보가 토론을 잘했다고 응답할 가능성이 증가하는 것으로 나타났다. 나머지 후보들에 대한 평가에서는 이러한 관계가 관찰되지 않는다. 이 결과를 통해 후보자토론회 시청이 후보자 지지의 변화를 이끌어내기보다 기존 지지 후보에 대한 유권자들의 확신을 강화하는 경향이 있을 가능성이 높다는 것을 확인할 수 있다.

43) 이 분석에서 기준항은 누가 잘했는가라는 질문에 모르겠다고 응답한 참여자들이다. Mutinomial Logit 분석 결과의 회귀계수(x)를 지수함수($\exp(x)$)에 적용하면 상대위험비(relative-risk ration)를 얻게 된다. 이 비율이 1보다 크면 그만큼의 확률 증가를, 작으면 감소를 의미한다.

〈표 V-3-24〉 후보자 토론 평가 분석⁴⁴⁾ (서울시)

변수	회귀계수 (표준오차)			
	박원순	김문수	안철수	김종민
시청 횟수	-0.04 (0.28)	-0.52 (0.46)	0.79** (0.38)	-0.38 (0.39)
관심 시청	-0.31 (0.24)	-0.12 (0.36)	-0.31 (0.22)	-1.15** (0.34)
박원순 후보 지지 (사전) ⁴⁵⁾	1.81** (0.33)	0.47 (0.60)	-0.23 (0.58)	1.46** (0.46)
김문수 후보 지지 (사전)	0.28 (0.95)	3.47** (0.84)	0.82 (1.05)	-15.54 (2931.20)
안철수 후보 지지 (사전)	0.23 (0.43)	0.89 (0.56)	1.78** (0.45)	0.13 (0.66)
김종민 후보 지지 (사전)	0.40 (1.27)	-11.38 (621.20)	0.49 (1.47)	1.45 (1.32)
민주당 지지 ⁴⁶⁾	0.81** (0.31)	0.30 (0.53)	0.26 (0.45)	0.76* (0.43)
교육	0.21 (0.24)	0.07 (0.37)	0.08 (0.33)	0.34 (0.33)
재산	-0.02 (0.03)	0.04 (0.06)	0.01 (0.05)	-0.03 (0.05)
여성	-0.35 (0.26)	-0.38 (0.42)	-0.41 (0.37)	-0.45 (0.37)
연령	0.03 (0.10)	0.30* (0.16)	0.03 (0.14)	0.26* (0.15)
호남 ⁴⁷⁾	0.36 (0.55)	-0.26 (0.90)	0.04 (0.77)	0.16 (0.71)
영남	-0.68* (0.35)	-0.49 (0.57)	-0.37 (0.48)	-0.04 (0.45)
상수	-0.12 (0.87)	-2.06 (1.36)	-1.31 (1.21)	-1.75 (1.24)
관찰수	537			
Pseudo R ²	0.18			
Log likelihood	-574.81			

참조: 종속변수는 후보자 토론 평가. 기준 선택항(base)은 '모름.' 표 안의 숫자는 회귀계수, 괄호 안의 숫자는 표준 오차. 통계적 유의성: * < 0.10, ** < 0.05.

44) 이 분석의 종속변수는 '어느 후보자가 토론을 더 잘했는가?'이다. 선택항이 범주변수이기 때문에 통계모형으로 Multinomial Logit을 사용한다.

45) 후보자 지지는 사전 조사에서 어느 후보자를 지지하는가에 대한 응답으로 측정하였다. 비율은 다음과 같다:

〈표 V-3-25〉 후보자 토론 평가 분석 (경기도)

변수	회귀계수 (표준오차)			
	이재명	남경필	김영환	이홍우
시청 횟수	0.56** (0.28)	0.57* (0.35)	0.51 (0.45)	1.41** (0.45)
관심 시청	-0.46** (0.21)	-0.12 (0.27)	-0.22 (0.36)	-0.53 (0.39)
이재명 후보 지지 (사전) ⁴⁸⁾	0.79** (0.29)	-0.97** (0.36)	-0.79 (0.51)	-0.06 (0.47)
남경필 후보 지지 (사전)	0.30 (0.57)	1.59** (0.52)	1.66** (0.61)	-14.82 (1026.20)
김영환 후보 지지 (사전)	-0.16 (3882.44)	-0.37 (1.47)	0.73 (1.48)	-17.69 (10314.6)
민주당 지지	0.41 (0.27)	-0.31 (0.34)	-0.08 (0.46)	-0.09 (0.48)
교육	-0.07 (0.23)	0.13 (0.29)	0.13 (0.38)	0.83** (0.42)
재산	0.02 (0.04)	0.04 (0.05)	-0.04 (0.07)	-0.03 (0.07)
여성	-0.81** (0.25)	-0.74 (0.32)	-0.45 (0.41)	-0.48 (0.44)
연령	0.15 (0.10)	0.06 (0.12)	0.19 (0.17)	0.29 (0.19)
호남	-0.19 (0.38)	-0.96 (0.60)	-0.28 (0.66)	0.39 (0.61)
영남	0.46 (0.41)	0.61 (0.47)	0.12 (0.66)	0.97 (0.62)
상수	0.17 (0.78)	-0.31 (0.97)	-1.49 (1.30)	-4.27** (1.46)
관찰수	484			
Pseudo R ²	0.14			
Log likelihood	-574.10			

참조: 종속변수는 후보자 토론 평가. 기준 선택항(base)은 '모름.' 표 안의 숫자는 회귀계수, 괄호 안의 숫자는 표준 오차. 통계적 유의성: * < 0.10, ** < 0.05.

박원순 = 45.80, 김문수 = 4.91, 안철수 = 13.57, 김종민 = 0.80, 기타 = 34.91.

46) 정당 지지는 민주당 지지를 이항변수 포함한다(사전조사).

47) 고향은 호남과 영남으로 각각 이항변수로 측정하였다.

48) 후보자 지지 비율은 다음과 같다: 이재명 = 53.03, 남경필 = 12.13, 김영환 = 0.72, 이홍우 = 0.27, 기타 = 33.85. 독립변수에서 이홍우 지지는 optimization 문제로 제외하였다.

한편, 서울시민들을 대상으로 한 분석과 경기도민을 대상으로 한 분석은 사뭇 다른 결과를 보인다. <표 V-3-25>에 담긴 경기도민을 대상으로 한 회귀분석 결과에 따르면, 토론 시청 횟수가 이재명 후보와 남경필 후보 지지에 통계적으로 유의미한 영향을 미친 것을 알 수 있다. 후보자토론회를 한 번 더 시청한 유권자들일수록 토론을 잘한 후보자가 없다고 말한 집단에 비해 이재명 후보와 남경필 후보가 토론을 잘했다고 평가할 가능성이 약 1.76배 정도 더 높은 것으로 나타났다. 이홍우 후보의 경우 이 수치는 대략 4배까지 상승한다. 반면, 방송 시청을 더 자주 했다고 해서 이들이 김영환 후보가 토론을 더 잘했다고 응답하지는 않는 것으로 나타났다. 반면, 기준을 이재명 후보로 했을 때 후보자토론회 시청 횟수가 남경필 후보에 대한 토론 평가에 유의미한 영향을 미치지 않는 것을 알 수 있다. 즉, 후보자토론회 시청 횟수가 토론 평가가 유보적인 사람들과 비교하였을 때는 이재명 후보와 남경필 후보의 토론 평가에 긍정적인 역할을 하지만 이재명 후보 대비 남경필 후보의 토론 평가에는 유의미한 영향력을 보이지 않는다는 것이다.

서울시민들과 비교했을 때 또 다른 흥미로운 부분은 이재명 후보 지지의 역할이다. 이재명 후보를 지지한다고 응답한 유권자들 사이에서 이재명 후보가 토론을 잘했다고 응답할 가능성이 증가할 뿐만 아니라 남경필 후보가 토론을 잘했다고 응답할 가능성이 줄어든다는 것이다. 이러한 현상은 서울시장 선거의 박원순 후보와 김문수 후보 혹은 안철수 후보 사이에서는 관찰되지 않았다. 이러한 현상은 당시 이재명 후보와 남경필 후보 사이의 경쟁 관계가 상대적으로 더 뚜렷하게 부각되었기 때문일 것이다. 이와 관련하여, 남경필 후보를 지지한다고 응답한 유권자들 사이에서 남경필 후보의 토론 평가를 긍정적으로 했던 것뿐만 아니라 김영환 후보가 토론을 잘했다고 응답할 가능성도 증가했다는 것이다. 이는 남경필 후보 토론에 대한 지지자들의 불만이 드러난 것일 수도 있고, 두 후보자 사이의 지지가 겹쳤다는 것을 의미할 수도 있다. 이상과 같은 차이들은 후보자토론회에 대한 평가가 후보자들 간의 관계에 따라 혹은 토론 방식에 따라 달리 나타날 수 있음을 함의한다.

그렇다면 후보자토론회 시청은 종국적으로 후보자 선택에 영향을 미치는가? <표 V-3-26>은 종속 변수로 서울시민들의 후보자 선택을 상정하여 회귀분석한 결과를 담고 있다. 지난 서울시장선거에서 박원순 후보가 당선되었기 때문에 이 분석은 기준문항을 박원순 후보로 설정하였다. 이 분석 결과에 따르면, 후보자토론회 시청 횟수나 관심 시청 변수들은 후보자 선택에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

하지만 후보자 토론 평가 변수들은 후보자 지지를 유의미하게 설명한다. 박원순 후보가 토론을 잘했다고 응답할수록 서울시민들이 박원순 후보 대비 김문수 후보나 안철수 후보에게 투표할 가능성은 줄어드는 경향이 있다. 이와 반대로, 김문수 후보가 토론을 잘했다고 평가할수록 박원순 후보 대비 김문수 후보에게 투표할 가능성은 증가한다.

이러한 결과는 안철수 후보와 김종민 후보에게서도 유사하게 관찰된다. 하지만, 이러한 결과를 바탕으로 후보자토론회 평가가 후보자 선택의 원인이라고 단정할 수는 없다. 이미 설명하였듯이 방송평가와 후보자 선택의 인과관계가 상호적일 수 있기 때문이다.

〈표 V-3-26〉 후보자 선택 분석⁴⁹⁾ (서울시)

변수	회귀계수 (표준오차)			
	김문수	안철수	김종민	기타
시청 횟수	0.92 (0.60)	0.20 (0.44)	1.33 (1.04)	0.59 (0.44)
관심 시청	0.74 (0.55)	0.48 (0.39)	-0.07 (0.82)	0.48 (0.41)
박원순 후보 토론 긍정 평가	-3.48** (1.02)	-1.51** (0.54)	-2.02 (1.59)	-2.49** (0.49)
김문수 후보 토론 긍정 평가	2.71** (0.88)	0.70 (0.83)	-18.72 (2405.6)	-0.82 (1.16)
안철수 후보 토론 긍정 평가	0.28 (0.93)	2.31** (0.65)	-14.20 (1447.8)	-0.79 (0.92)
김종민 후보 토론 긍정 평가	-0.94 (1.31)	-0.76 (0.84)	3.70** (1.42)	-0.63 (0.65)
박원순 후보 지지 (사전)	-1.33 (1.05)	-1.82** (0.65)	-1.03 (1.07)	-1.45** (0.53)
김문수 후보 지지 (사전)	2.24* (1.19)	-0.27 (1.36)	4.63** (1.91)	-20.56 (35351.3)
안철수 후보 지지 (사전)	-0.11 (0.76)	1.62** (0.53)	-0.54 (1.63)	-1.32 (1.16)
김종민 후보 지지 (사전)	-39.12 (1.09e+9)	-41.07 (4.52e+10)	4.00 (2.77)	-42.41 (1.40e+9)
문재인 투표	-3.06** (0.78)	-1.41** (0.44)	-1.08 (1.12)	-0.84* (0.45)
이념	0.53** (0.17)	0.13 (0.12)	0.20 (0.23)	-0.16 (0.12)
민주당 지지	-1.08 (0.88)	-0.41 (0.49)	-1.38 (0.98)	-0.88* (0.48)
교육	0.63 (0.48)	0.32 (0.35)	0.23 (0.81)	0.59 (0.40)

49) 이 분석의 종속변수는 ‘어느 후보에게 투표했는가?’이다. 선택항이 범주변수이기 때문에 통계모형으로 Multinomial Logit을 사용한다.

변수	회귀계수 (표준오차)			
	김문수	안철수	김종민	기타
재산	-0.00 (0.08)	0.05 (0.05)	-0.21 (0.13)	-0.07 (0.06)
여성	-0.53 (0.58)	-0.14 (0.42)	0.21 (0.85)	0.81* (0.42)
연령	0.05 (0.23)	0.24 (0.17)	0.55 (0.37)	-0.48** (0.18)
호남	-1.64 (1.37)	-1.48* (0.89)	-0.15 (1615.7)	-1.68 (1.19)
영남	-0.56 (0.76)	0.29 (0.54)	2.16** (0.95)	0.19 (0.55)
상수	-5.16** (2.02)	-2.76* (1.43)	-5.12 (3.40)	-0.11 (1.53)
관찰수	518			
Pseudo R ²	0.55			
Log likelihood	-247.16			

참조: 종속변수는 후보자 선택. 기준 선택항(base)은 '박원순 후보 선택.' 표 안의 숫자는 회귀계수, 괄호 안의 숫자는 표준 오차. 통계적 유의성: * < 0.10, ** < 0.05.

〈표 V-3-27〉는 경기도민들의 후보자 선택을 종속 변수로 한 회귀분석 결과를 담고 있다. 이 분석에서도 기준항은 경기도지사에게 당선된 이재명 후보이다. 앞선 서울시민들의 후보자 선택을 대상으로 한 분석에서는 토론 시청 횟수가 통계적으로 유의미하지 않게 나타났다. 하지만, 이 분석에서는 두 경우에서 통계적 유의미성이 관찰된다. 우선 이재명 후보 대비 남경필 후보 선택의 경우 후보자토론회를 한 번 더 시청할수록 남경필 후보에게 투표할 가능성이 감소하는 것으로 나타났다. 마찬가지로 이재명 후보 대비 기타 후보에게 투표할 가능성도 줄어들었다. 관심 시청 변수는 앞선 분석과 마찬가지로 후보자 선택에는 유의미한 영향을 미치지 않았다. 이 결과는 이재명 후보가 토론에서 나름 성공적이었다는 것을 부분적으로 보여주는 결과라고 할 수 있을 것이다.

토론 평가가 후보자 선택에 미치는 영향과 관련해서 서울시장 및 경기도지사 선거의 차이가 매우 크지는 않은 것으로 보인다. 기본적으로 긍정적인 평가가 후보자 선택으로 이어지는 편이다. 하지만 눈길을 끄는 차이점도 존재한다. 무엇보다 이재명 후보 토론 평가가 이재명 후보 대비 남경필 후보 선택에 부정적인 영향을 미치지 않았다는 것이다. 반면, 방송 토론 이전 이재명 후보 지지 변수는 통계적으로 유의미하게 이재명 후보 대비 남경필 후보 선택을 유의미하게 설명한다. 이는 후보자토론회 이전 이재명

후보를 지지했던 사람들이 후보자토론회의 평가와 무관하게 이재명 후보를 선택했기 때문에 나타난 결과일 수 있다. 반면 서울시민들을 대상으로 한 분석에서는 이와 반대의 결과를 살펴볼 수 있다. 즉, 박원순 후보 대비 김문수 후보 선택에 있어 사전 박원순 후보 지지가 통계적으로 유의미하지 않은 반면, 박원순 후보 토론 평가 변수는 통계적으로 유의미하게 나타났다. 이는 사전 박원순 후보 지지 변수의 변이보다 토론 평가 변수의 변이가 더 직접적으로 후보자 선택 변이와 연관되어 있기 때문이라고 볼 수 있다.

서울시장 및 경기도지사 선거 후보자 선택에 있어 또 다른 흥미로운 점은 이전 선거에서 문재인 후보에게 투표했다는 변수가 갖는 영향력의 차이이다. 경기도지사 선거에서 이 변수가 유의미하게 설명하는 후보자 선택은 이재명 후보 대비 남경필 후보 선택이 유일하다. 반면, 서울시장 선거에서 이 변수는 박원순 후보 대비 김종민 후보 선택만을 유의미하게 설명하지 못한다. 지난 대통령선거에서 문재인 후보를 선택한 것이 현재 문재인 대통령을 지지하는 것이라고 간주할 수는 없지만, 문재인 후보를 지지했던 사람들이 이재명 후보와 비교했을 때 박원순 후보 지지에 좀 더 적극적이었다고 유추해볼 수 있다.

〈표 V-3-27〉 후보자 선택 분석⁵⁰⁾ (경기도)

변수	회귀계수 (표준오차)			
	남경필	김영환	이홍우	기타
시청 횟수	-0.79* (0.41)	0.21 (0.69)	-0.16 (0.60)	-2.22** (1.12)
관심 시청	-0.17 (0.33)	0.83 (0.56)	0.12 (0.49)	0.38 (0.52)
이재명 후보 토론 긍정 평가	-0.58 (0.48)	-0.53 (0.89)	-2.30** (0.81)	-17.14 (1156.7)
남경필 후보 토론 긍정 평가	3.05** (0.50)	0.00 (1.39)	0.75 (0.69)	-0.88 (1.13)
김영환 후보 토론 긍정 평가	1.69** (0.76)	4.70** (0.99)	-20.61 (35333.6)	0.17 (1.25)
이재명 후보 지지 (사전)	-1.55** (0.42)	-3.65** (1.05)	-0.81 (0.59)	-1.24* (0.69)
남경필 후보 지지 (사전)	2.18** (0.63)	-1.29 (1.17)	-16.39 (4218.5)	1.56 (1.22)

50) 이 분석의 종속변수는 '어느 후보자에게 투표했는가?'이다. 선택항이 범주변수이기 때문에 통계모형으로 Multinomial Logit을 사용한다. 이홍우 후보 관련 독립 변수들은 optimization 문제로 모형에서 제외하였다.

변수	회귀계수 (표준오차)			
	남경필	김영환	이홍우	기타
김영환 후보 지지 (사전)	-37.08 (2.96e+7)	1.56 (1.75)	-37.42 (1.29e+8)	-33.24 (1.24e+8)
문재인 투표	-0.88** (0.42)	-0.41 (0.86)	-0.50 (0.66)	-0.77 (0.75)
이념	0.18* (0.10)	0.32 (0.21)	0.07 (0.17)	0.14 (0.18)
민주당 지지	-0.56 (0.46)	0.97 (0.92)	0.10 (0.71)	0.19 (0.81)
교육	0.06 (0.34)	0.86 (0.71)	0.27 (0.55)	0.44 (0.64)
재산	0.03 (0.06)	-0.38** (0.17)	0.02 (0.10)	0.09 (0.11)
여성	0.86** (0.39)	0.05 (0.72)	-0.19 (0.60)	0.56 (0.66)
연령	0.01 (0.15)	0.63** (0.29)	0.24 (0.24)	-0.08 (0.25)
호남	-0.23 (0.60)	-0.09 (1.11)	-16.19 (2144.2)	-0.41 (1.15)
영남	1.08** (0.52)	0.39 (0.92)	1.20* (0.69)	-15.00 (1733.5)
상수	-2.06 (1.32)	-7.85** (2.88)	-3.07 (2.12)	-3.25 (2.39)
관찰수	470			
Pseudo R ²	0.48			
Log likelihood	-234.52			

참조: 종속변수는 후보자 선택. 기준 선택항(base)은 '이재명 후보 선택.' 표 안의 숫자는 회귀계수, 괄호 안의 숫자는 표준 오차. 통계적 유의성: * < 0.10, ** < 0.05.

마지막으로 이 연구는 후보자토론회 전후로 후보자들에 대한 호감도의 변화를 살펴본다. 앞선 분석은 유권자들의 선택을 종속변수로 했다면, 이번 분석의 종속변수는 유권자들의 각 후보자들에 대한 호감도이다. 후보자토론회 이전의 호감도를 독립변수로 분석 모형에 포함하여 독립변수들이 호감도의 변화에 미치는 영향력을 측정한다. 특히, 이 보고서는 후보자토론회 시청과 평가가 미치는 영향력에 집중한다.

앞서 지적하였듯이 후보자토론회 시청은 후보자에 대한 호감도에도 영향을 미칠 수 있다. 무엇보다 유권자들이 각 후보자의 후보자토론회에 대해 긍정적인 평가를 할수록

이 후보에 대한 호감도가 증가할 것이라고 예측해볼 수 있다. 이러한 예측은 네 후보의 호감도 변화에서 모두 뒷받침된다. 이는 후보자토론회를 잘 해야 호감도 혹은 지지가 증가할 수 있음을 의미할 수 있다. 하지만, 앞서 지적하였듯이 유권자들의 후보자토론회 평가가 지지를 이끌어낸 것이 아니라 지지가 후보자토론회 평가에 영향을 미칠 수 있기 때문에 이 분석 결과를 통해 두 변수들 간의 인과관계를 단정할 수는 없음을 밝혀둔다.

〈표 V-3-28〉의 결과를 살펴보면, 후보자토론회 평가 이외에도 시청 횟수와 관심 시청 변수가 후보자 호감도 변화에 영향을 미칠 수 있는 것으로 나타났다. 우선 박원순 후보의 호감도가 관심 시청 변수에 의해 통계적으로 유의미하게 설명된다. 즉, 후보자토론회를 관심 있게 시청하였다고 응답할수록 박원순 후보에 대한 호감도가 증가하는 경향이 있다는 것이다.⁵¹⁾ 또한 김종민 후보에 대한 호감도가 후보자토론회를 한 번 더 시청하였다고 말한 유권자들 사이에서 통계적으로 유의미하게 증가하였다. 이 두 후보들을 제외한 다른 후보자들에 대한 호감도의 변화는 후보자토론회 시청 횟수나 관심 시청에 의해 영향받지 않았다. 이는 후보자토론회 시청이 유권자들의 후보자들에 대한 호감도에 미치는 영향이 후보자들에 따라 달리 나타날 수 있음을 의미한다. 즉, 후보자들이 후보자토론회에서 어떠한 모습을 보이느냐에 따라 유권자들의 후보자들에 대한 호감 변화가 발생할 수 있다는 것이다.

〈표 V-3-28〉 후보자 호감도⁵²⁾ 분석⁵³⁾ (서울시)

변수	회귀계수 (표준오차)			
	박원순	김문수	안철수	김종민
각 후보 호감도 (사전)	0.39** (0.02)	0.33** (0.02)	0.36** (0.02)	0.27** (0.02)
각 후보 지지 (사전)	0.25** (0.12)	-0.01 (0.26)	0.32* (0.16)	0.50 (0.45)
시청 횟수	0.07 (0.09)	0.13 (0.10)	0.09 (0.10)	0.23** (0.10)

51) 관심시청 변수의 선택항은 “0. 많은 관심을 갖고 보았다, ..., 3. 특별한 관심 없이 지나치며 보았다”로 코딩되었다.

52) 이 분석의 종속변수는 후보자에 대한 호감도이며, 측정 설문은 “선생님께서 서울시장/경기도지사 선거 후보자들에 대해 어떻게 생각하고 계신지요? 0부터 10까지 후보자에 대한 호감도를 말씀해주세요. 여기서 0은 선생님께서 그 후보를 매우 싫어한다는 것을 의미하며, 반대로 10은 선생님께서 그 후보를 매우 좋아한다는 것을 의미합니다.”이다.

53) 이 분석에서 종속변수는 0에서 10사이의 호감도이기 때문에 이를 순위 변수로 취급한다. 통계 모형은 순서형 프로빗(Ordered Probit)을 사용한다.

변수	회귀계수 (표준오차)			
	박원순	김문수	안철수	김종민
관심 시청	-0.15* (0.08)	-0.08 (0.08)	0.13 (0.08)	-0.04 (0.09)
각 후보 토론 긍정 평가	0.68** (0.10)	0.66** (0.19)	0.53** (0.16)	0.97** (0.18)
문재인 후보 투표	0.17 (0.11)	-0.08 (0.11)	0.08 (0.11)	0.33** (0.11)
이념	-0.05** (0.02)	0.07** (0.02)	0.02 (0.02)	-0.04 (0.02)
민주당 지지	-0.18 (0.11)	-0.25** (0.11)	-0.15 (0.10)	-0.20* (0.11)
교육	-0.18** (0.08)	-0.00 (0.08)	-0.00 (0.08)	-0.02 (0.09)
재산	0.00 (0.01)	0.01 (0.01)	0.03** (0.01)	0.00 (0.01)
여성	-0.08 (0.09)	0.05 (0.09)	-0.07 (0.09)	-0.09 (0.10)
연령	0.06 (0.03)	0.01 (0.03)	-0.03 (0.03)	0.03 (0.04)
호남	0.08 (0.16)	0.23 (0.16)	-0.03 (0.16)	0.29 (0.18)
영남	-0.08 (0.13)	-0.13 (0.13)	0.18 (0.13)	0.04 (0.14)
관찰수	533	531	533	430
Pseudo R ²	0.22	0.18	0.18	0.09
Log likelihood	-912.04	-915.44	-975.57	-838.86

참조: 종속변수는 후보자 선호도. Cut point 관련 정보 생략. 표 안의 숫자는 회귀계수, 괄호 안의 숫자는 표준 오차. 통계적 유의성: * < 0.10, ** < 0.05.

<표 V-3-29>는 서울시민들을 대상으로 한 호감도 분석 결과가 경기도민들을 대상으로 한 분석에서도 유사하게 나타난다는 것을 보여준다. 특히, 관심 시청 변수가 흥미롭다. 이 분석 결과에 따르면, 후보자토론회를 관심 있게 시청하였다고 응답한 경기도민들 사이에서 이재명 후보에 대한 호감도가 유의미하게 증가하는 경향이 발견되었다. 반면, 경기도민들의 김영환 후보에 대한 호감도는 후보자토론회를 관심 있게 시청한 유권자들 사이에서 오히려 감소하는 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 유권자들의 호감을 얻는 측면에서 김영환 후보의 후보자토론회 전략이 그다지 훌륭하지 못했음을 의미한다.

〈표 V-3-29〉 후보자 호감도 분석 (경기도)

변수	회귀계수 (표준오차)			
	이재명	남경필	김영환	이홍우
각 후보 호감도 (사전)	0.38** (0.02)	0.36** (0.02)	0.27** (0.03)	0.26** (0.03)
각 후보 지지 (사전)	0.28** (0.13)	0.14 (0.16)	-1.32** (0.62)	0.13 (0.75)
시청 횟수	-0.10 (0.10)	-0.07 (0.10)	-0.11 (0.11)	0.07 (0.12)
관심 시청	-0.16* (0.08)	-0.08 (0.08)	0.17* (0.10)	0.08 (0.10)
각 후보 토론 긍정 평가	1.07** (0.11)	0.55** (0.13)	0.97** (0.19)	0.96** (0.24)
문재인 후보 투표	0.17 (0.12)	0.07 (0.12)	-0.26* (0.14)	-0.06 (0.14)
이념	-0.01 (0.02)	0.08** (0.02)	0.07** (0.03)	-0.06** (0.03)
민주당 지지	-0.02 (0.12)	0.01 (0.12)	-0.03 (0.13)	-0.24* (0.14)
교육	-0.14 (0.09)	-0.18** (0.08)	-0.22** (0.10)	-0.14 (0.10)
재산	-0.00 (0.01)	0.01 (0.01)	-0.00 (0.02)	-0.01 (0.02)
여성	-0.21** (0.09)	-0.05 (0.09)	0.09 (0.11)	-0.16 (0.11)
연령	0.05 (0.04)	0.03 (0.04)	0.08* (0.04)	-0.02 (0.04)
호남	0.03 (0.15)	0.26* (0.15)	0.06 (0.16)	0.23 (0.17)
영남	-0.13 (0.14)	0.17 (0.14)	0.18 (0.16)	-0.01 (0.17)
관찰수	483	482	373	336
Pseudo R ²	0.24	0.17	0.10	0.07
Log likelihood	-822.20	-902.55	-697.73	-624.27

참조: 종속변수는 후보자 선호도. Cut point 관련 정보 생략. 표 안의 숫자는 회귀계수, 괄호 안의 숫자는 표준 오차. 통계적 유의성: * < 0.10, ** < 0.05.

전반적으로 보았을 때, 유권자들의 후보자들에 대한 호감도 변화는 사전 지지나 이념 등에 의해 영향 받는 것을 알 수 있다. 즉, 유권자들의 기존 성향이 현재의 행태를 설명하는 핵심 변수라는 것이다. 또한 후보자 지지나 선택, 후보자토론회 평가 역시 이러한 양상을 보인다. 물론 이러한 사실들이 후보자토론회의 효과를 부정하는 것은 아니다. 앞서 살펴보았듯이 사전 선호나 정치 성향 등을 통제하였음에도 불구하고 후보자토론회 시청이 유권자들의 정치행태를 설명하는 경우가 존재하는 것을 알 수 있다. 즉, 후보자토론회 시청이 정치 행태에 미치는 영향력은 존재하지만 조건적 혹은 제한적이라는 것이다. 후보자들의 토론 전략이나 선거 환경, 쟁점 등이 이 조건과 제한에 영향을 미칠 수 있다. 일례로, 김영환 후보의 전략은 자신의 호감도에는 부정적인 영향을 미쳤지만, 여성의 이재명 후보에 대한 지지 철회를 이끌어 내는 데는 어느 정도 성공적이었던 것으로 보인다.

4) 소결

이 보고서는 제7회 전국동시지방선거 기간 동안 진행된 서울시장 선거와 경기도지사 선거 후보자토론회의 효과를 검토한다. 이를 위해 서울시민과 경기도민을 대상으로 한 설문조사 결과를 분석하였다. 분석 결과에 따르면, 다수의 유권자들이 후보자토론회 시청이 후보자들을 비교하거나 공약을 이해하는데 도움이 되었다고 평가하는 것으로 나타났다. 또한 많은 유권자들이 선거나 쟁점에 관한 정보를 얻는데도 효과적이라고 응답하였다. 그리고 이러한 긍정적인 평가는 후보자토론회를 좀 더 빈번하게 시청할수록 그리고 좀 더 관심을 가지고 시청할수록 증가하는 경향이 있었다. 물론 이러한 경향이 후보자토론회 시청 횟수나 관심 때문이 아니라 선거나 정치에 대한 관심 때문일 수도 있다. 또한 사후 설문조사가 후보자토론회를 한번이라도 시청한 사람들만을 대상으로 하였기 때문에 이들에게서만 나타나는 특징일 수도 있다.

정보 습득과 더불어 이 연구는 후보자토론회가 시민 참여에 미치는 영향력을 검토한다. 절반 이상의 유권자들은 후보자토론회 시청 후 선거에 대한 관심도가 높아졌다고 응답하였다. 낮아졌다고 응답한 유권자들의 비율은 5% 미만인 것으로 나타났다. 또한 시청 횟수나 관심 시청이 선거에 대한 관심도에 대한 자기 평가와 유의미한 관계를 가지고 있었다. 일반적으로 후보자토론회를 더 자주 시청하거나, 관심을 가지고 시청한 시민들은 선거에 더 관심이 생겼다고 생각하는 편이었다. 또한 후보자토론회에 대한 주변 사람들과의 대화도 이와 유사한 양상을 보여주었다.

시민참여와 관련하여 이 보고서는 유권자들의 투표나 권력의 중요성에 대해 어떻게 인식하고 있는가를 살펴보았다. 이 주제는 정치 효능감(political efficacy)과도 연계되어 있다. 회귀분석 결과에 따르면, 후보자토론회를 관심 있게 시청할수록 투표가 중

요하다는 인식이 증가하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 반면, 권력 변화의 중요성에 대한 인식은 관심 시청이나 시청 횟수에 따라 유의미하게 설명되지 않았다. 이 결과는 후보자토론회 시청이 정치 효능감에도 영향을 미칠 수 있음을 보여주는 경험적 결과라고 볼 수 있다. 다만, 앞서 지적하였듯이 표본의 한계로 인해 이 결과가 갖는 대표성에는 한계가 있다.

이 장의 주요 주제들 중 하나는 ‘후보자토론회 시청이 유권자들의 후보자 선택이나 호감도에 영향을 미쳤는가?’이다. 설문 결과에 따르면, 유권자들은 후보자토론회 시청이 자신들의 선택에 영향을 미쳤다고 자평하는 편이며, 주로 지지하는 후보에 대한 호감이 증가했다고 생각한다. 하지만, 회귀분석 결과에 따르면, 후보자 토론에 대한 평가는 기존의 정치 성향이나 후보 지지에 유의미하게 영향을 받는 것으로 나타났다. 이러한 편향된 평가가 후보자 선택이나 호감도 변화를 유의미하게 설명한다.

하지만 이러한 결과가 서울시와 경기도 모두에서 동일하게 관찰되지는 않는다. 경기도민들을 대상으로 한 분석 결과는 서울시와 달리 토론 시청 횟수와 관심 시청이 주요 후보들에 대한 토론 평가에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 더 나아가, 후보자토론회 시청 횟수가 유권자들의 주요 후보들 간의 선택을 설명하는 유의미한 변수인 것으로 나타났다. 마찬가지로 주요 변수들을 통제했을 때, 일반적으로 후보자토론회 시청이 후보자들의 호감도 변화를 유의미하게 설명하지 못하는 것으로 나타났다. 하지만, 몇몇 후보들의 호감도 증감이 후보자토론회 시청 횟수와 관심 시청에 영향을 받는 것으로 나타났다.

후보자토론회 효과와 관련한 이러한 분석 결과들은 후보자토론회가 어떻게 진행되는가, 즉 후보자들이 어느 부분에 집중하여 토론하는가가 유권자들의 평가에 영향을 미칠 수 있음을 보여준다. 서울시장 선거 후보자토론회에 비해 경기도지사 선거 후보자토론회가 정책 토론에 덜 집중했던 것이 사실이다. 이러한 양상은 유권자들의 평가에 반영된 것으로 보인다. 또한 후보자들의 전략이 일정 수준 호감도나 지지 변화에 영향을 미쳤던 것으로 보인다. 즉, 이 결과는 후보자토론회가 제한적이거나 후보자 선택에 영향을 미칠 수 있음을 보여준다고 할 것이다.

VI. 제19대 후보자토론회 효과와의 비교

1. 제도적 측면

〈표 VI-1-1〉에서 알 수 있듯이, 후보자토론회의 필요성에 관하여 필요하다는 응답이 제19대 대선에서의 93.2%, 제7회 지방선거에서는 98.0%를 차지하였다. 이는 공직선거 과정에서 후보자토론회의 기능과 역할이 어느 정도 자리를 잡았다는 사실을 입증하는 결과라 하겠다.

〈표 VI-1-1〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 비교:
후보자토론회 필요성 (사전조사)

(단위: %)

후보자토론회 필요성	제19대 대선	제7회 지선
반드시 필요하다	70.4	57.2
어느 정도 필요하다	24.8	40.8
별로 필요하지 않다	4.1	1.7
전혀 필요하지 않다	0.7	0.0

후보자토론의 횟수에 관한 논의에서, 제19대 대선 과정에서는 충분하다는 의견이 많았으나, 제7회 전국동시지방선거의 경우 서울과 경기에서는 부족했다는 의견이 상대적으로 많았다. 이는 광역단체장(시장·도지사) 선거의 경우 후보자토론회의 절대적인 횟수 자체가 부족하기 때문에 나타나는 결과일 것이다.

〈표 VI-1-2〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 비교:
후보자토론회 횟수 (사후조사)

(단위: %)

후보자토론회 횟수	제19대 대선	제7회 지선
충분하다	74.1	41.8
부족하다	25.9	58.2

한편, 적절한 후보자토론회 횟수에 대해 제19대 대선 유권자들의 약 79%가 10회라고 응답한 반면, 제7회 지선 유권자들은 3회 정도라고 생각하는 것으로 조사되었다. 다만 4회 및 5회라는 응답도 상당히 높은 비율을 차지하였다. 대선과 지방선거의 차이

를 반영한 응답이라고 할 수 있겠다. 그런데 한 가지 주목할 점은 19대 대선 유권자들은 사전조사에서는 6회 정도가 가장 적절하다는 응답이 다수였으나 사후조사에서는 대다수가 10회라고 응답한 반면, 이번 지방선거 유권자들은 사전조사에서는 77~78%가 5회가 가장 적절하다고 응답하였지만 사후조사에서는 3회가 적절하다는 응답이 가장 많았다는 점이다. 이는 지난 19대 ‘대선 후보자토론회의 흥미도나 유용성에 대한 평가가 이번 지방선거 후보자토론회의 흥미도나 유용성에 비해 높았다는 사실이 반영되어 있는 결과라 할 수 있겠다.

후보자토론회 시간과 관련해서는 사후조사 결과 제19대 대선과 제7회 지선 모두 후보자토론회의 시간을 늘려야 한다는 응답이 줄여야 한다는 응답보다 높게 나타났다. 물론 현행대로 유지해야 한다는 의견이 두 선거 모두에서 과반이 넘는 응답률을 기록했지만, 현행 후보자토론회 시간을 변경해야 한다면 늘려야 한다는 의견으로 파악된다.

〈표 VI-1-3〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 비교:
후보자토론회 시간 (사후조사)

(단위: %)

후보자토론회 시간	제19대 대선	제7회 지선
늘려야 한다	41.5	37.9
현행 유지	55.2	57.5
줄여야 한다	3.3	3.0

후보자토론회에 참석하는 후보자 수를 제한하는 방식과 관련해서는, 제19대 대선과 제7회 지선 모두 ‘여론조사 상위 후보 위주’보다는 ‘주요 정당 후보 모두 참여’하는 방식에 대한 선호가 높게 나타났다.

〈표 VI-1-4〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 비교: 후보자 수 제한

(단위: %)

후보자토론회 후보자 수 제한	제19대 대선	제7회 지선
여론조사 상위 후보	38.2	39.9
주요 정당 모든 후보	61.8	59.1

한편, 유권자들이 선호하는 토론 방식에 있어서는 제19대 대선 유권자들과 제7회 지선 유권자들이 상당한 차이를 보이고 있다. 〈표 VI-1-5〉에 보이듯이, 제19대 대선 유권자들은 33.2%가 후보자 간 자유토론을 후보자토론회 토론 방식으로 가장 선호하는 것으로 나타났다. 대본 없는 스탠딩토론, 일대일 정책검증토론, 그리고 방청객 질문에

응답하는 유형의 토론은 17~19% 정도의 지지를 얻으며 자유토론 방식에 비해 상당히 낮은 선호도를 보였다. 반면, 제7회 지선 유권자들은 방청객 질문에 응답하는 방식과 일대일 정책검증토론을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 후보자 간 자유토론이나 주도권토론에 대한 선호는 상대적으로 낮았다. 특히 지난 대선 때 높은 선호를 보였던 자유토론에 대한 선호가 낮아졌다는 것은 지난 대선 때에 비해 이번 서울시장 및 경기도지사 선거 후보자토론회에서 자유토론이 가지는 효과가 잘 발현되지 않았다는 것을 의미할 것이다. 더불어, 제19대 대선 후보자토론회에 비해 제7회 지선 후보자토론회에서 방청객 질문에 응답하는 유형의 유권자 참여형 토론 방식을 훨씬 선호하고 있다는 점도 주목할 만한 결과이다.

〈표 VI-1-5〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 비교: 선호하는 토론 방식

(단위: %)

선호하는 토론 방식	제19대 대선	제7회 지선
대본 없는 스탠딩토론	19.8	-
일대일 정책검증토론	17.2	31.6
후보자 간 자유토론	33.2	17.0
주도권토론	9.9	17.6
방청객 질문에 응답	18.5	32.9

〈표 VI-1-6〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 비교:

일대일 정책검증토론 방식에 대한 만족도

(단위: %)

일대일 정책검증토론에 대한 만족도	제19대 대선	제7회 지선
매우 만족	12.9	3.9
약간 만족	62.3	52.5
약간 불만족	22.2	37.3
매우 불만족	2.6	5.8

제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회에서 모두 시도되었던 일대일 상호정책검증토론 방식에 대해서도 지난 대선 후보자토론회 시청자들의 만족도가 더 높았던 것으로 나타났다. 매우 만족과 약간 만족을 합친 비율은 약 19%p 차이를 보였다(제19대 대선 75.2%, 제7회 지선 56.4%). 〈표 VI-1-5〉에서 일대일 정책검증토론 방식은 대선 유권자들이 크게 선호하지 않고 오히려 상당수의 지선 유권자들이 선호하는 방식이었음에도 불구하고, 토론 방식에 대한 만족도는 대선 때에 비해 지선 후보자토론회에서 크게

낮아졌다는 것은 후보자토론회의 질에 대한 만족도가 대선 후보자토론회에 비해 그만큼 낮다는 것을 의미한다 하겠다.

2. 유권자 인식적 측면

일반적으로 지방선거에 대한 유권자의 관심도나 투표율은 총선이나 대통령선거에 비해 상대적으로 낮은 것으로 알려져 있다(류재성 2011). 이는 지방정부의 단체장이나 대표를 선출하는 지방선거를 중앙정부의 구성원이나 대표를 선출하는 선거에 비해 덜 중요하게 유권자들이 인식하는 경향성에서 기인한다고 볼 수 있다(강신구 2014). 이렇듯 선거의 중요성에 대한 유권자들의 차등적 인식을 이해한다면, 각종 공직선거 후보자토론회에 대한 유권자들의 관심정도도 차별적으로 나타날 수 있으므로 지방선거 후보자토론회 자체에 대한 사후평가를 대통령선거나 국회의원선거와 비교해 일대일로 수행한다는 것은 다소 무리가 있을 수도 있다. 그럼에도 이번 동시지방선거 후보자토론회에 대한 조사평가가 주로 많은 유권자들의 이목을 집중시키는 주요 광역단체장(서울시장과 경기도지사) 선거를 중심으로 진행되었다는 점에서 이번 지선 후보자토론회의 성과를 주요 평가 기준을 중심으로 작년 대통령선거 후보자토론회 결과와 비교해 보는 것도 어느 정도 의미를 가질 수 있을 것이다.

실제로 이번 지방선거에 대한 유권자들의 관심은 결코 지난 2017년 대선과 대비해 낮다고만은 할 수 없었다. 특히 후보자토론회를 시청한 유권자들의 선거에 대한 관심은 상당히 높은 것으로 조사되었다. 사후조사 기준으로 지난 대선 당시 선거에 관심이 있다고 대답한 응답자 비율이 94.1%였는데, 이번 지방 선거에서도 응답자들의 선거관심도는 94.9%에 육박했다. 투표 의향을 묻는 사전조사 문항에 대한 응답결과에서도 마찬가지로 이번 지방 선거에 대한 높은 관심도가 재확인되었는데, 지난 19대 대선 사전조사에서 투표하겠다고 응답한 조사자 비율이 97.2%였는데, 이번 지방선거에서는 이보다 높은 98.8%의 조사 참가자들이 이번 지방선거에서 투표하겠다고 응답하였다.

그렇다면, 토론회에 대한 유권자들의 관심도, 그리고 토론회의 유용성, 흥미성, 공정성 인식 측면에서 볼 때 이번 지방선거 후보자토론회는 지난 19대 대선 토론회와 비교해 어떻게 평가할 수 있을까?

〈표 VI-2-1〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 비교:
관심도, 유용성, 흥미성, 공정성

(단위: 명 (%))

		제19대 대통령선거	제7회 지방선거
관심도	많은 관심을 갖고 보았다	548(56.6)	411(36.8)
	어느 정도 관심을 갖고 보았다	356(36.8)	641(57.5)
	별로 관심을 기울이지 않고 가끔 보았다	47(4.9)	58(5.2)
	특별한 관심 없이 지나치며 보았다.	17(1.8)	6(0.5)
	합계	968(100)	1,116(100)
유용성	매우 유익했다	279(27.9)	81(7.3)
	다소 유익했다	538(54.8)	651(58.3)
	별로 유익하지 않았다	148(14.8)	315(28.2)
	전혀 유익하지 않았다	13(1.3)	52(4.7)
	무응답/모름	22(2.2)	17(1.5)
합계	1,000(100)	1,116(100)	
흥미성	매우 흥미롭게 진행되었다	244(24.4)	62(5.6)
	어느 정도 흥미롭게 진행되었다	507(50.7)	571(51.2)
	별로 흥미롭게 진행되지 않았다	213(21.3)	401(35.9)
	전혀 흥미롭게 진행되지 않았다	24(2.4)	77(6.9)
	무응답/모름	12(1.2)	5(0.5)
합계	1,000(100)	1,116(100)	
공정성	매우 그렇다	225(22.5)	70(6.3)
	어느 정도 그렇다	559(55.9)	735(65.8)
	별로 그렇지 않다	171(17.1)	242(21.7)
	전혀 그렇지 않다	32(3.2)	36(3.2)
	무응답/모름	14(1.4)	33(3.0)
합계	1,000(100)	1,116(100)	

우선, 이번 지방선거 후보자토론회에 대한 유권자 관심도는 2017년 대통령선거 후보자토론회와 비교해 전반적으로 유사한 수준을 보여주었다. 이번 지방선거 후보자토론회를 관심 있게 시청하였다는 응답자 비율은 지난 대선의 93.4%에 비해 약 1% 포인트 정도 상승한 94.3%를 나타냈다. 다만, 토론회를 ‘많은 관심을 갖고 보았다’고 응답한 비율이 지난 대선의 56.6%에서 36.8%로 감소한 반면, ‘어느 정도 관심을 갖고 보았다’고 응답한 소극적 관심 그룹의 비율은 36.8%에서 57.5%로 약 20% 포인트 정도

증가하였다는 점에서 적극적 관심 그룹이 다소 감소하였다는 사실은 눈에 띈다. 그러나 앞서 언급했듯이, 전통적으로 대통령 선거에 비해 지방선거에 대한 유권자 관심이 저조하다는 사실을 감안한다면, 이번 지방선거 후보자토론회에 대한 유권자들의 전반적 관심도는 비교적 높았다고 평가할 수 있을 것이다.

다음으로 유용성 측면에서 이번 지방선거 후보자토론회가 타 정보매체와 비교해 유용했다고 응답한 비율은 동일 문항에 대한 2017년 대선에서의 응답자 비율인 82.7%에 비해 약 17% 포인트 감소한 65.6%를 기록했다. 특히, 이러한 유용성 인식의 감소가 주로 '(후보자토론회가) 매우 유익했다'라고 평가한 그룹이 차지하는 비율의 차이(27.9%에서 7.3%)에 기인한다는 점에서 향후 지방선거의 주요 정보제공 매체로서 후보자토론회가 그 순기능에 충실할 수 있도록 하는 제도적 방안의 강구에 대한 추가적 노력이 필요할 것이다.

셋째로 이번 지방선거 후보자토론회의 흥미성에 대한 긍정적 평가는 지난 대선의 75.1%(사후조사 기준)에 비해 약 18% 포인트 감소한 56.8%를 기록했는데, 이는 앞서 대통령선거 대비 지방선거에 대한 시민들의 낮은 관심도를 고려한다 할지라도 흥미성 감소 폭이 결코 무시할 만한 수준이 아니라 할 수 있을 것이다. 후보자토론회 개최를 통해 유권자들의 선거에 대한 관심도를 제고하여, 투표를 독려하고, 지지 후보자 결정에 필요한 중요한 선거정보를 제공하는 등 그 순기능에 충실하다 할지라도 토론회가 흥미성이 결여되어 유권자들의 관심을 받지 못한다면 온전히 기대효과를 충족시킬 수 없을 것이기 때문에 4년 후 지방선거 후보자토론회 준비과정에서 어떻게 흥미성을 제고할 것인가에 대한 추가적 고민은 반드시 수반되어야 할 것이다.

마지막으로 이번 지방선거 토론회의 공정성에 대한 인식은 지난 대선 후보자토론회의 공정성 측면에서의 긍정적 평가 비율(78.4%)에 비해 다소 감소하였으나(72.1%), 그 감소 폭이 아주 큰 정도는 아니라 할 수 있다. 다만, 그럼에도 불구하고 후보자토론회의 형식이나 진행과정에서의 공정성은 그 어느 평가기준과 비교해도 그 중요도가 결코 떨어진다고 할 수 없으므로, 앞으로도 후보자토론회 준비 과정에서 보다 높은 수준의 공정성 담보를 위한 지속적인 노력이 필요하다 할 수 있다.

3. 효과적 측면

이 절은 제19대 대통령선거 후보자토론회 시청 효과와 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 시청 효과를 비교한다. 제19대 대선의 설문 내용과 제7회 지방선거의 설문 내용이 정확하게 일치하지 않기 때문에 주요 주제에 대한 비교를 중심으로 효과의 차이를 살펴본다. 우선 <표 V-3-1>은 후보자 검증 관련 평가의 차이를 보여준다.

〈표 VI-3-1〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 시청 효과 비교: 검증관련

(단위: %)

평가	후보자 자질 비교			정책공약 비교			정책수행능력 비교		
	서울시	경기도	대선	서울시	경기도	대선	서울시	경기도	대선
전혀 도움이 되지 않았다	0.17	2.44	1.20	0.34	6.58	1.40	0.68	5.26	1.80
별로 도움이 되지 않았다	5.48	8.65	4.80	7.02	9.77	8.80	6.68	12.22	7.20
그저 그렇다	20.38	19.74	13.90	21.75	24.44	21.40	25.00	25.56	24.30
약간 도움이 되었다	54.97	48.87	44.50	55.48	43.61	45.50	50.86	41.35	43.50
매우 도움이 되었다	18.84	20.11	35.40	15.24	15.41	22.00	16.44	15.60	21.20
모름/무응답	0.17	0.19	/	0.17	0.19	/	0.34	0.00	/

이 표에 따르면, 후보자 자질 비교, 정책공약 비교, 정책수행능력 비교 등에 있어서 도움이 되었다는 응답 비율은 서울시와 대선이 상대적으로 높은 반면, 경기도가 모든 영역에서 가장 낮게 나타났다. 반대로 후보자토론회 시청이 후보자 비교에 도움이 되지 않았다는 비율은 모든 영역에서 경기도, 대선, 서울시가 순차적으로 높은 것으로 나타났다.⁵⁴⁾ 이 결과는 후보자토론회 진행 양상에 따라 정보 제공에 대한 평가가 달라질 수 있음을 함의한다.

〈표 VI-3-2〉에서 공약 인지도를 비교해보면, ‘잘 알고 있다’고 응답한 시민들의 비율이 선거를 가리지 않고 약 14%로 비슷하게 나타났다. ‘조금 알고 있다’는 대선에서 약 3% 정도 낮게 나타났다. ‘잘 모른다’고 응답한 비율도 경기도가 약 1% 낮을 뿐 큰 차이를 있다고 보기는 힘들다. 공약 인지도는 선거에 따라 그 편차가 크지 않은 것으로 나타났다.

〈표 VI-3-2〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 시청 효과 비교: 공약 인지도

공약 인지도	비율 (%)		
	서울시	경기도	대선
잘 알고 있다	14.0	14.7	14.7
조금 알고 있다	76.4	76.9	73.8
잘 모른다	9.3	8.3	9.8
전혀 모른다	0.3	0.2	0.8

54) 지난 대선 보고서에서는 모름 항목을 제외하고 비율을 산출하였다.

〈표 VI-3-3〉에 따르면, 앞선 공약 인지도와 달리 쟁점 정보 습득과 관련해서는 대선 당시 유권자들의 평가가 좀 더 긍정적이었던 것으로 나타났다. 지난 대선에서 후보자 토론회 시청이 정보를 얻는데 효과적이었다고 응답한 비율이 약 75% 정도였던 것에 비해, 서울시민들의 긍정적인 답변의 비율은 약 71%, 경기도민들의 경우 약 57%였다. 정보 습득이나 후보자 비교 등 여러 측면에서 경기도지사 선거 후보자토론회의 효과성에 대한 평가는 상대적으로 낮은 것을 알 수 있다. 이 결과 역시 후보자토론회가 어떻게 진행되는가가 유권자들의 정보 습득에 영향을 미칠 수 있다는 것을 보여준다.

〈표 VI-3-3〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 시청 효과 비교:
정보 습득 효과성

쟁점 정보 습득 효과	비율 (%)		
	서울시	경기도	대선
매우 효과적이다	5.3	4.9	13.4
어느 정도 효과적이다	65.8	52.1	61.3
별로 효과적이지 않다	24.8	33.8	22.9
전혀 효과적이지 않다	3.3	8.7	1.1
모름	0.9	0.6	/

다음으로, 다른 영역에 비해 후보자토론회 시청 후 선거 관심도 변화의 차이는 상대적으로 더 두드러진다. 〈표 VI-3-4〉에서 대선에서 후보자토론회를 시청한 후 선거에 대한 관심이 높아졌다고 응답한 유권자들의 비율은 약 85%로 서울시의 약 65%, 경기도의 약 63%에 비해 매우 높은 편이라고 볼 수 있다. 이는 대통령 선거가 갖는 유권자들의 중요도 인식의 차이에서 비롯되었을 수 있고, 상대적으로 더 빈번하게 진행된 후보자토론회 때문일 수도 있다.

〈표 VI-3-4〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 시청 효과 비교: 선거 관심도

선거 관심도 변화	비율 (%)		
	서울시	경기도	대선
매우 높아졌다	11.8	12.0	39.5
조금 높아졌다	52.9	50.8	35.1
변화가 없었다	33.1	32.3	23.0
조금 낮아졌다	1.9	3.8	1.6
매우 낮아졌다	0.3	1.1	0.4

선거 관심도와 마찬가지로 후보자토론회 시청 후 주변 사람들과 대화를 했는가에 대한 응답 역시 대선에서 매우 높은 비율의 긍정적인 답변이 나온 것을 확인할 수 있다. 특히, <표 VI-3-5>에서 ‘매우 많이 했다’는 응답 비율은 서울시나 경기도에 비해 지난 대선 당시 응답이 두 배 이상 더 높은 것을 알 수 있다. 마찬가지로 ‘별로 하지 않았다’는 응답 비율도 서울시와 경기도에 비해 대선에서 약 두 배 이상 더 낮았다.

〈표 VI-3-5〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 시청 효과 비교:
선거 관련 대화

대화 경험	비율 (%)		
	서울시	경기도	대선
매우 많이 했다	14.6	15.4	41.1
조금 했다	59.8	62.4	45.1
별로 하지 않았다	23.3	19.7	9.6
전혀 하지 않았다	2.4	2.4	4.2

이 결과도 앞선 차이와 마찬가지로 유권자들이 생각하는 대통령 선거가 갖는 상대적 중요성과 더 빈번한 후보자토론회 때문일 수 있다. 선거 관심도와 관심 시청 혹은 시청 횟수, 그리고 주변 사람들과의 대화와 관심 시청 혹은 시청 횟수가 이번 선거와 마찬가지로 대선에서도 통계적으로 유의미한 관계를 보이는 것으로 나타났다.

〈표 VI-3-6〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 시청 효과 비교: 영향력 평가

영향력에 대한 평가	비율 (%)		
	서울시	경기도	대선
매우 많은 영향을 미침	13.0	12.6	28.9
어느 정도 영향을 미침	49.2	47.6	39.2
별로 영향을 미치지 않음	32.5	31.6	23.8
전혀 영향을 미치지 않음	5.3	8.4	7.5

이미 지적하였듯이 후보자토론회가 후보자 선택에 영향을 미치는가는 매우 중요한 주제라고 할 수 있다. <표 VI-3-6>에 담긴 후보자 선택에 대한 영향력 평가를 살펴보면, 영향을 미쳤다는 비율이 대선에서 약 68% 정도인 것에 비해 서울시와 경기도는 약 62% 정도로 나타났다. 대선에서 유권자들이 후보자토론회 시청이 후보자 선택에 영향을 미쳤다고 생각하는 비율이 약간 더 높았던 것을 알 수 있다. 대통령 선거에서 후보

자토론회가 더 빈번하게 진행되었다는 사실과 시민들의 후보자토론회에 대한 전반적으로 높은 관심이 이러한 결과와 어느 정도 연관이 있을 것이다.

〈표 VI-3-7〉 제19대 대선과 제7회 지선 후보자토론회 시청 효과 비교:
영향력 상세 평가

영향력에 대한 상세 평가	비율 (%)		
	서울시	경기도	대선
지지 후보에 대한 호감 증가	33.4	24.3	38.1
지지 후보 변경	11.3	16.5	19.7
지지 후보 발견	10.3	8.5	9.3
영향력 없음	45.0	50.8	31.6

〈표 VI-3-7〉에서 후보자토론회 시청이 후보자 선택에 미치는 영향력에 대한 평가를 좀 더 상세하게 살펴보면, ‘지지 후보자에 대한 호감 증가’가 대선에서 더 높은 것을 알 수 있다. 이와 대비되는 ‘지지 후보의 변화’ 역시 대선에서 더 높게 나타난 것을 확인할 수 있다. 이러한 사뭇 상반된 결과는 대선이 갖는 특징 때문일 것이다. 우선, 대선에서는 선거운동 기간이 시작되기 이전에 이미 유권자들이 확실한 지지 후보자를 결정하는 경향이 강할 수 있다. 이러한 유추가 그럴듯하다면, 지방선거에 비해 대통령선거에서 지지 후보에 대한 호감이 증가하는 모습이 상대적으로 더 높은 비율로 나타날 수 있다. 반면, 대선에서는 후보자토론회를 비롯하여 더 많은 정보가 유입되기 때문에 지지 후보자의 변화 역시 상대적으로 높게 관찰될 수 있을 것이다.

좀 더 세밀한 분석을 통해 지지 후보자 선택의 변화를 지난 대통령선거와 이번 지방선거를 비교해보자면, 우선 후보자토론회 이전에 조사한 유권자들의 후보자 지지가 방송 시청 후 토론 평가에 긍정적인 영향을 미쳤다는 것이 대선 분석 보고서에서도 관찰되었다. 물론 토론을 잘했다고 평가한 후보자에게 투표하는 경향도 모든 선거에서 유사하게 관찰된다. 후보자 선택과 관련해서도 후보자토론회 시청이 후보자 선택에 미친 영향력은 대선과 지선에서 모두 선택적이었다. 지난 보고서에 따르면, 후보자토론회 시청 횟수가 문재인과 홍준표 사이의 결정에는 유의미한 영향을 미쳤지만, 문재인 후보와 안철수 후보 사이의 선택에는 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 이번 선거에서도 시청 횟수가 후보자 선택에 미친 영향력은 경기도지사 선거에서 이재명 후보와 남경필 후보, 이재명 후보와 기타후보자 사이의 선택에서만 유의미하게 관찰되었다. 이 결과는 일반적으로 후보자토론회 시청이 후보자 선택에 영향을 미친다기보다 그 영향이 제한적이라는 해석을 가능하게 한다.

VII. 지방선거 후보자토론회의 효과성 제고를 위한 방안 모색

1. 제7회 전국동시지방선거 후보자토론회에 대한 인식과 효과

지난 6월 13일 치러진 제7회 전국동시지방선거는 역대 지방선거와 달리 투표율이 60%를 넘어서는 등 유권자들의 관심이 상당히 높았던 지방선거였다. 선거에 대한 이러한 관심은 후보자토론회에 대한 관심으로 이어질 것으로 예상되었다. 본 연구의 결과에서 나타나듯이, 후보자토론회 시청과 선거에 대한 관심은 매우 유의미한 상관관계에 있다. 실제로 이번 서울시장 및 경기도지사 후보자토론회를 시청한 유권자 중 약 94%가 후보자토론회를 관심을 가지고 본 것으로 조사되고 있다.

지난 19대 대선 후보자토론회 시청자와 비교했을 때, 이번 지방선거 후보자토론회의 시청자들은 후보자토론회의 필요성을 더 강하게 느끼는 것으로 나타났다. 이는 아마도 대선에 비해 후보자에 대한 정보를 얻기가 힘든 지방선거 환경에서 정보와 후보자 검증의 주요 소스(source)로서 후보자토론회의 역할과 관련이 깊을 것이다.

그러나 본 연구의 결과, 유권자들은 이번 지방선거 후보자토론회의 유용성에 대해서는 지난 19대 대선의 후보자토론회에 비해 상당히 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다. 이번 지방선거 후보자토론회가 타 정보매체와 비교해 유용했다고 응답한 비율은 동일 문항에 대한 2017년 대선에서의 응답자 비율인 82.7%에 비해 약 17% 포인트 감소한 65.6%를 기록했다. 또한 후보자토론회가 흥미롭게 진행되었다고 생각하는 비율도 지난 대선에 비해서 약 18%p 낮아졌다.

유권자들이 인지하는 후보자토론회의 효과에 있어서도 지난 대선 후보자토론회에 비해 이번 후보자토론회의 긍정적 평가 비율이 상당히 낮아졌다. 이번 서울시장 및 경기도지사 선거 유권자들이 후보자토론회가 쟁점과 관련한 정보를 습득하는 데 효과적이었다고 생각하는 비율, 후보자토론회 시청 후 선거에 대한 관심이 높아졌다고 응답한 비율, 후보자토론회 시청 후 주변 사람들과 선거에 대한 대화를 많이 하게 되었다고 응답한 비율 등은 지난 대선에 비해서 약 20%p 전후의 비율로 떨어진 것으로 나타났다.

이러한 결과는 반드시 후보자토론회 내용 자체의 문제라기보다는 대통령선거와 지방선거에 대한 국민적 관심의 차이나 후보자토론회의 방영 횟수, 토론회 방영 시간 등의 차이에서 연유하는 결과이기도 할 것이다. 특히 지난 대선의 후보자토론회 효과는 과거 어느 때보다 컸던 것으로 평가되고 있기 때문에 이번 지방선거 후보자토론회와의 직접 비교는 무리가 있는 것도 사실이다. 그러나 이러한 점을 고려한다고 하더라도 지난 대선 후보자토론회 대비 유용성이나 흥미성, 효과성의 감소 폭은 상당히 큰 편이라고 평가될 수 있어 지방선거 후보자토론회의 유용성과 흥미성, 그리고 효과성을 제고

할 방안이 마련될 필요가 있음을 시사한다.

이렇게 후보자토론회의 유용성, 흥미성, 효과성에 있어서 지방선거 유권자들은 지난 대선 때보다 낮게 평가하고 있지만, 후보자토론회 시청이 후보자의 자질, 정책공약, 정책수행능력 비교에 도움이 되었다는 비율은 서울시장 선거 유권자들에서 가장 높거나 지난 대선과 비슷한 비율로 나타났다. 서울시 유권자 중 약 70%가 이번 후보자토론회가 후보자 자질, 공약비교, 정책수행능력 비교에 도움이 되었다고 응답하고 있다. 즉, 지방선거 후보자토론회의 유용성이나 흥미성, 그리고 전반적인 효과성은 대체적으로 대선 후보자토론회 때보다는 낮은 것으로 인식되지만, 그럼에도 불구하고 유권자들에게 후보자들을 비교할 수 있는 정보를 제공한다는 후보자토론회 본연의 목적의 달성에 있어서는 상당히 성공적이었다고 평가할 수 있겠다. 또한 약 72%의 응답자들이 후보자토론회가 공정하게 진행되었다는 대답을 한 것에서 알 수 있듯이, 후보자토론회의 공정성에 대한 인식도 지난 대선 후보자토론회에 비해 크게 감소하지 않아서 후보자토론회의 공정성에 대한 유권자의 신뢰는 어느 정도 뿌리를 내렸다고 할 수 있겠다.

한편, 후보자토론회 효과와 관련한 모든 영역에서 경기도 유권자들의 평가는 상대적으로 낮게 나타났다는 점에도 주목할 필요가 있다. 특히 후보자의 정책공약 비교 효과에 있어서 도움이 되었다는 응답은 서울시 유권자보다 약 12%p나 낮았다. 이러한 결과는 후보자토론회의 내용과 진행양상에 따라 후보자토론회의 효과가 달라질 수 있음을 시사한다. 주지하듯이, 경기도지사 선거 후보자토론회는 이번 서울시장 및 지난 대선 후보자토론회에 비해 정책 외적인 이슈와 인신공격 및 상호비방이 크게 부각되었다. 이 결과가 후보자토론회에 대한 유권자 평가에 그대로 반영되었다고 할 수 있다.

대통령선거 후보자토론회와 달리 지방선거 후보자토론회는 지역별로 관심과 흥미도가 다르고 그 진행방식에도 차이가 있어 일관된 효과를 기대하기 어려운 측면이 있다. 본 연구의 결과는 제7회 전국동시지방선거 중 가장 관심이 높았던 서울시장 선거와 경기도지사 선거 후보자토론회조차도 그 효과가 서로 다르게 나타난다는 것을 보여준다. 이러한 결과는 후보자토론회를 어떻게 디자인해서 어떤 내용을 담아내는가, 그리고 어떻게 진행하는가 하는 것이 후보자토론회의 중요한 변수라는 것을 의미한다 하겠다.

2. 지방선거 후보자토론회 효과성 제고를 위한 개선 방안 모색

1) 후보자토론회 횟수와 방영시간

후보자토론회가 제 기능을 다하기 위해서는 가능한 한 많은 유권자들이 후보자토론회를 시청하여 후보자에 대한 정보를 충분히 얻을 수 있도록 하는 것이 중요하다. 유권

자들의 후보자토론회 시청여부는 무엇보다도 유권자 개인들의 선거에 대한 관심에 달려 있겠지만, 보다 많은 유권자들의 후보자토론회 시청을 위해서는 후보자토론회의 횟수와 방영 시간이 중요한 변수이다.

이번 조사에 의하면, 서울시와 경기도의 후보자토론회 시청자들은 모두 2차례씩 진행된 후보자토론회 횟수가 부족하다고 말하고 있다. 지난 대선 조사에 의하면, 7차례 진행된 대선 후보자토론회에 대해서도 충분하지 않다는 의견이 다수였다. 이렇게 시청자의 다수가 후보자토론회의 횟수를 늘려야 한다고 생각한다는 결과는 유권자들이 후보자토론회의 유용성과 필요성에 공감하고 있다는 것을 의미한다.

그러나 지난 대선 후보자토론회 시청자들의 약 79%가 가장 적절한 후보자토론회 횟수를 10회 정도라고 생각한 반면, 이번 지방선거 후보자토론회 시청자들은 적절한 후보자토론회 횟수를 3회라고 생각하는 경우가 50% 정도로 가장 많았다. 특히 사전조사에서는 80%에 가까운 응답자들이 절적인 후보자토론회 횟수를 5회라고 응답하였는데 사후조사에서는 3회로 감소하였다는 점에도 주목을 할 만하다. 이러한 결과는 사실상 이번 후보자토론회의 만족도가 그만큼 높지는 않았다는 이번 조사의 결과를 반영하는 것일 것이다.

그럼에도 불구하고, 후보자토론회의 횟수를 늘려야 한다는 요청에는 귀를 기울일 필요가 있다. 사실 이번 조사 응답자들 중 약 50%가 4회 또는 5회로 후보자토론회 횟수를 늘려야 한다고 보고 있다.

그런데 7개의 다른 종류의 선거를 치르면서 이번 지방선거에서만 해도 총 358회의 후보자토론회를 개최한 선거방송토론위원회가 후보자토론회의 횟수를 더 증가시키는 것에는 한계가 있다. 이 때문에 언론기관의 관심과 적극적 참여가 요구된다. 적어도 시·도지사선거 및 교육감선거 후보자토론회는 각 지역의 언론기관들이 적극적으로 주관하여 개최·방영할 필요성과 책임이 공적기관으로서의 언론기관에 있다고 하겠다. 더불어, 보다 많은 유권자들의 후보자토론회 시청을 유도하기 위한 다양한 노력과 시도 또한 언론기관에 요구되는 사항이다.

특히, 현재 방송사들은 시청률 경쟁 때문에 지방선거 후보자토론회 방영 시간을 황금 시간대가 아닌 늦은 밤이나 낮 시간으로 잡고 있다. 이번 서울시장 후보자토론회의 경우 밤 10시부터 진행된 KBS 주관 후보자토론회의 경우 시청률이 약 8%에 달하였지만 11시 15분부터 진행된 서울시선거방송토론위원회 주관 후보자토론회의 시청률은 5%에도 미치지 못하였다. 언론기관은 사회적 책임감을 가지고 후보자토론회의 방영시간을 황금시간대로 옮기는 방안을 강구해야 할 필요가 있어 보인다.

한편, 약 100분~2시간에 달하는 시·도지사 후보자토론회 진행시간과 관련해서는 현행유지하자는 의견이 약 58%를 차지했지만, 시간을 늘리는 것이 좋겠다는 의견도 38%에 달했다. 이번 지방선거 후보자토론회에서 시도하였듯이 다양한 형식이 한 토론

회에서 시도되는 경우 시간의 제한으로 형식에 그치고 말 수도 있어 시간을 늘리는 것도 고려할 수 있겠으나, 지금처럼 너무 밤늦은 시간이나 시청자가 거의 없는 낮 시간에 진행되는 경우에는 시간을 늘리는 것이 별다른 효과가 없을 것으로 예상된다.

후보자토론회의 효과는 무엇보다도 가능한 한 많은 유권자들이 후보자토론회를 시청하는 것을 일차적 조건으로 한다. 이 때문에 방영시간은 후보자토론회 효과와 관련하여 핵심적인 이슈가 될 수밖에 없다. 더불어, 인터넷과 소셜네트워크 환경의 진화로 인해 후보자토론회의 시청 매체가 다양화되고 있는 사실에도 주목할 필요가 있다. 이번 조사에서도 약 12%의 응답자들이 인터넷 포털사이트나 SNS를 통해 후보자토론회를 시청하였다고 응답하였다. TV는 더 이상 유일한 후보자토론회 시청 매체가 아닌 것이다. 따라서 향후 후보자토론회의 효과를 극대화하기 위해서는 다양한 매체들의 특징에 적합한 후보자토론회 형식이나 진행방식을 마련하는 것이 중요한 과제이다. 이는 젊은 유권자들의 후보자토론회에 대한 접근성을 높이기 위해서 특히 시급한 과제라 하겠다.

2) 후보자토론회 형식 및 진행방식

후보자토론회를 어떠한 형식으로 진행할 것인가는 후보자토론회의 효과를 제고하기 위해 반드시 숙고하여야 할 영역이다. 이번 조사에서도 나타났듯이, 후보자토론회를 관심 있게 시청한 유권자일수록 후보자토론회의 효과를 더 긍정적으로 인식하는 경향이 있다. 따라서 유권자들이 지속적으로 흥미와 관심을 가지고 후보자토론회를 시청하면서 후보자에 대한 정보를 잘 이해할 수 있도록 후보자토론회 형식을 최적화할 필요가 있다.

지난 대선 때와 마찬가지로 이번 지방선거 후보자토론회에서도 참여하는 후보자의 수가 논란이 되었다. 이번 조사의 응답자들 중 약 59%는 여론조사 상위권 후보자만 참여하는 후보자토론회를 선호하였고 약 40%는 주요 정당 후보 모두 참여하는 후보자토론회를 선호하였다. 이러한 결과는 한국 유권자들이 후보자토론회의 효율성 및 효과성보다 공정성 또는 공정성 관점에서 후보자토론회를 평가하는 경향이 있다는 것을 의미한다. 그러나 선거 경쟁력이 떨어지는 후보자들도 모두 참여하는 경우, 자신의 정책을 홍보하고 자신의 자질과 능력을 알리는 것을 목적으로 하기보다는 상대 후보에 대한 폭로, 비방으로 일관할 가능성이 있어 토론회의 질을 떨어뜨릴 수가 있으므로 참여 후보자 수에 대한 신중한 접근이 필요한 것도 사실이다. 이번 지방선거에서도 한 방송사가 자사 주관 후보자토론회에 경쟁력이 낮은 후보들을 제외하기로 하면서 논란이 커져 결국 후보자토론회 자체가 무산되기도 하였다. 이와 같이 후보자토론회에 누가 참여할 것인가 하는 문제는 후보자토론회의 효과성 뿐 아니라 사회적·국민적 정서를 고려하여 결정되어야 할 중요한 문제라고 하겠다. 다만, 언론기관 주관의 후보자토론회의 횟수가

늘어날 수 있으면 다양한 형식의 후보자토론회를 시도해 볼 수 있고, 그 과정에서 후보자토론회 참여에 대한 방식도 여러 가지로 고려될 수 있을 것으로 전망된다.

다음으로 후보자토론회 유형과 관련하여, 서울시장 및 경기도지사 선거 유권자들의 다수는 후보자들끼리 질의 응답하는 토론회보다는 일반 유권자들과 후보자가 질문을 주고받는 토론회를 선호하는 것으로 조사되었다. 후보자토론회에 유권자가 참여하는 방식에 대해서는 사전에 유권자의 질문사항을 조사한 후 후보자에게 질의하는 방식과 방청객이 후보자에게 질문하는 방식, 그리고 SNS를 통한 실시간 참여 방식 등 다양한 방식에 대해 선호가 나뉘어져 있었다.

이번 지방선거 후보자토론회에서는 유권자와 후보자가 현장에서 질문을 주고받는 토론회 유형은 시도되지 않았다. 이러한 형식은 100분~2시간이라는 시간에 토론이 압축적으로 진행되어야 하는 현재의 TV 후보자토론회에는 적절하지 않은 방식일 수 있다. 그러나 이번 조사 결과는 유권자들이 후보자끼리, 또는 후보자와 전문가만 하는 토론이 아니라 유권자와 직접 소통하는 방식에 대한 욕구가 상당히 크다는 것을 보여준다. 모든 후보자토론회가 이러한 방식을 채택하기는 힘들겠지만 우리 유권자들의 정치적 수준이 매우 높아진 만큼 유권자와 후보자의 소통을 일부 시도해 볼 필요도 있어 보인다.

응답자들은 유권자의 질문에 후보자가 답하는 소통 방식 외에도 후보자들이 정책을 발표한 후 후보자들끼리 질문하고 답변하는 일대일 정책검증 방식에 대해서도 상당히 긍정적으로 평가하는 것으로 나타났다. 반면, 후보자가 일정 시간에 토론의 주도권을 쥐고 토론을 주도하는 주도권토론 방식에 대한 선호도는 높지 않았다. 주도권토론에서는 종종 정책 쟁점에서 벗어나 상대후보에 대한 비방이나 공격이 종종 목격되는 반면, 일대일 정책토론 방식은 의제가 정책에 제한되도록 사회자에 의해 통제되고 있는 것을 고려할 때, 지방선거 유권자들은 후보자토론회가 네거티브 선거운동의 장이 아니라 정책과 자질 검증의 장이 되기를 원한다는 것을 확인할 수 있다. 정책 외적인 공격과 비방이 상대적으로 많았던 경기도지사 후보자토론회에 대한 유권자들의 낮은 평가와 일맥상통하는 조사결과라 하겠다.

한편, 후보자토론회의 사회자 역할에 대해 약 57%의 응답자들이 사회자의 역할이 적절하였다고 평가하고 있다. 동시에 사회자가 토론에 너무 많이 개입했다는 응답 비율은 매우 낮은 반면, 더 많이 개입해야 한다고 생각하는 비율이 약 33%에 달했다. 특히 정책 외적인 논란이 난무하였던 경기도의 경우 사회자의 역할이 너무 미미해 더 개입해야 한다고 생각하는 유권자들이 37%로 서울의 29%에 비해 약 8%p나 많았다. 지난 대선 후보자토론회 이후 후보자토론회 질을 높이기 위한 사회자의 역할에 대한 많은 논의가 있어 왔다. 특히 자유토론에서 토론이 관점을 벗어나지 않게 하는 데에 사회자의 역할은 매우 중요한 요인이다. 사회자의 역할의 확대에 대한 보다 활발한 논의가 필요한 시점이라 하겠다.

이와는 별개로, 이번 조사에서는 후보자토론회에서 사회자의 역할이 어떠해야 한다고 생각하는지 질문하였다. 이 질문에 대한 사전조사에서는 주제를 제시하거나 자유롭게 보충 질문을 하는 적극적 토론 개입 역할을 가장 선호했지만, 사후조사에서는 단순 진행 역할을 중심으로 하도 가끔 보충질문을 던지는 소극적 토론 개입 역할을 더 선호하는 것으로 나타났다. 이번 지방선거 후보자토론회의 사회자 역할은 적극적 토론 개입 역할보다는 소극적 토론 개입 역할이라고 본다면, 이 결과는 유권자들은 현재 수준의 사회자 역할에 대해 어느 정도 만족하고 있다는 위의 조사결과와 일맥상통하는 결과라 하겠다. 그러나 다른 한편에서는 사회자에 대해 적극적으로 토론 개입을 요구하지 않는다는 것은 아직은 사회자에 대한 유권자들의 신뢰가 크지 않다는 것을 의미할 것이다. 사회자의 역할에 따라 후보자토론회의 성격과 성패는 크게 달라질 수 있는 만큼 토론회 사회자로서의 신뢰도가 매우 높은 인물이 사회를 맡을 수 있도록 사회자 선택과 역할에 대한 고민이 더 필요하다 할 수 있다. 이에 더하여, 후보자토론회 전문 사회자 육성의 필요성도 제기되고 있다. 꾸준히 다양한 정치 영역 토론회 사회를 통해 훈련을 거듭한 인물이 후보자토론회의 사회를 지속적으로 맡으면서 성장한다면, 단순 토론 관리자로서의 사회자가 아닌 토론의 방향과 질에 직접적인 영향을 미치는 사회자의 역할을 훌륭히 수행할 수 있을 것이고, 이를 바탕으로 후보자토론회의 질적 제고가 가능할 것이라는 의견이다.

3) 토론의 질 제고

서울시장 및 경기도지사 선거 후보자토론회 시청자들은 이번 후보자토론회가 후보자의 자질, 정책공약, 정책수행능력 비교에 상당히 도움이 되는 것으로 평가하였다. 이는 이번 후보자토론회가 유권자들로 하여금 정책과 후보자에 대한 정보에 기반하여 합리적인 선택을 할 수 있도록 도움을 주는 후보자토론회의 본질적 역할을 적절히 수행하였다는 해석을 가능하게 한다. 그러나 쟁점 정보 습득과 관련해서는 대선과 서울시장 선거 후보자토론회 시청자의 70% 이상이 긍정적 답변을 하고 있는 데 반해 정보 습득에 효과적이었다고 말한 경기도민은 57%에 불과하였다.

정책을 중심으로 토론회가 진행되기 위해서는 무엇보다 토론에 참여하는 후보자들의 변화가 필요하다. 토론에 대한 규칙을 지키고 주제에 벗어난 토론을 자제할 필요가 있다. 그러나 후보자토론회는 유권자에게 노출이 되기 어려운 지방선거 과정에서 상대 후보자에 대한 네거티브 공격을 통해 반전의 기회를 잡기 위한 적절한 계기를 제공하기도 한다. 그러므로 후보자 개인의 자질 향상이나 자제를 통해 토론의 질을 변화시키고자 하는 시도는 현실적으로 성공하기가 쉽지 않다.

따라서 후보자가 토론의 규칙에 벗어나거나 거짓 정보를 말하거나 주제에 벗어나는

경우 시청자들이 SNS나 기타 IT 기술을 이용하여 실시간 개입하는 방식을 고려해 보는 것도 필요해 보인다. 이는 후보자들의 규칙 준수 가능성을 높일 뿐 아니라 시청자들의 후보자토론회에 대한 집중도를 높이는 효과가 있을 것이다. 또한 언론 매체도 이제는 후보자토론회에 대한 인식과 접근 태도를 바꾸어 정책 중심의 토론회를 유도하는데 중추적인 역할을 담당해야 할 것이다.

한편, 후보자들이 네거티브성 발언을 자제하고 정책검증 위주로 토론이 전개될 수 있는가 하는 문제는 앞서 언급했듯이 후보자토론회의 형식과 밀접히 연관되어 있다. 이번 조사에서 유권자들은 유권자들이 질문하고 후보자가 응답하는 방식을 가장 선호하는 것으로 조사되었지만 이러한 형식을 본격화하여 시청자들의 흥미도를 높이고 후보자토론회의 유용성을 극대화하기 위해서는 다양한 실험이 필요하다. 각급 선거 및 각 지역 선거 후보자토론회가 흥미도가 떨어지는 천편일률적인 방식으로 진행되는 대신 그 지역의 특성과 선거의 종류 및 유권자 요구를 고려하여 최적화된 방식을 찾아내는 것을 목표로 여러 가지 방식을 도입해 보는 과감한 시도를 해 볼 필요가 있다.

만약 후보자토론회가 진행되는 100여 분이 이러한 실험의 장으로 활용되기에 무리가 있다고 판단하는 경우에는 선거관리위원회와 선거방송토론위원회가 함께 오프라인에서의 다양한 토론회를 기획하여 시도해 보는 과정도 후보자토론회에 대한 중요한 개선의 정보를 제공할 것이다. 전문가와 유권자가 후보자와 함께 하는 포럼 형식의 토론회나 자유토론의 주제가 빗겨나가지 않을 수 있는 여러 장치들, 그 밖에 다양한 유권자 참여형 토론회를 개최하여 그 장단점을 바탕으로 최적화된 후보자토론회를 방송용으로 마련할 수도 있을 것이다. 또 이러한 과정은 과정 그 자체로서 후보자와 유권자 간 소통을 통해 정책선거를 지향하는 선거방송토론위원회의 목적에 부합할 수 있을 것이다.

본 연구의 결과는 전국적으로 실시되는 선거 중 가장 관심도가 낮다고 평가되는 지방선거에서조차 후보자토론회의 효과가 상당히 크다는 것을 보여준다. 이는 한국 사회에서 후보자토론회가 선거과정의 중요한 요소로 자리를 잡고 유권자로부터의 신뢰를 확보하였다는 것을 의미한다. 이러한 신뢰를 바탕으로 이제는 더 흥미롭고 더 유용하고 더욱 효과가 큰 후보자토론회로의 변화를 위해 과감하고 다양한 시도가 필요한 시점이라 할 수 있겠다.

참고문헌

- 강신구 (2014). 지방선거: 지방정부의 구성을 위한 것인가? 중앙정치의 대리전인가?. OUGHTOPIA, 29(2), 65-95.
- 구교태·김관규·이준웅. 2007. “선거방송토론의 효과에 대한 연구.” 『한국언론학보』 51권 2호, 203-225.
- 권혁남. 2010. “유권자 밀착형 선거방송토론 방안 연구.” 『언론과학연구』 10권 2호, 5-38.
- 김하나·오창우. 2016. “정치 커뮤니케이션에서 TV 토론의 효과에 대한 연구: 20대 유권자의 정치적 냉소주의와 정치효능감을 중심으로.” 『정치커뮤니케이션연구』 42, 117-149.
- 류재성. 2011. “지방 선거에서 유권자의 특성: 총선 및 대선과의 비교 분석.” 『한국시민윤리학회보』 24권 1호, 47-73.
- 문성철·양문희. 2009. “대통령선거 토론 프로그램 시청이 정치효능감과 정치참여에 미치는 영향 연구.” 『한국방송학보』 23권 1호, 131-168.
- 박상호. 2013. “박근혜 정부의 정책과 한국사회의 전망: 제18대 대통령선거 후보자 TV 토론의 문제점 및 제도적 개선 방향.” 『민주사회와 정책연구』 24권, 104-136.
- 백선거. 2002. “한국 대통령선거 TV 토론회의 과제 및 개선 방안: ‘정책 토론회’ 지향에 대한 구체적 방안 제시를 중심으로.” 『민주사회와 정책연구』 1, 184-219.
- 서정진. 2017. “대선 후보 TV토론회 검증 효과와 개선점.” 『관훈저널』 143, 26-32.
- 송종길. 2003. “대선보도 TV합동토론 너무 짧은 90초, 사회자 역할도 한계.” 『신문과 방송』 384호, 46-40.
- 송종길·박상호. 2006. “대통령 후보 TV토론의 법적·제도적 쟁점 및 개선방안 연구.” 『방송문화연구』 18권 2호, 37-64.
- 송종길·홍성철·오경수(미디어전략연구소). 2014. “제6회 전국 동시지방선거 공직후보자 TV토론 평가 및 효과 연구.” 2014년도 중앙선거방송토론위원회 연구용역 결과보고서.
- 양승찬. 1999. “텔레비전 선거토론 방송의 영향력 연구: 후보자 평가변화, 정책관련 지식, 정치과정 참여를 중심으로.” 『방송연구』 48호, 210-246.
- 양승찬. 2003. “16대 대통령 선거와 미디어.” 『대통령 선거와 미디어』, 11-76. 한국언론재단.
- 이강형. 2003. “후보의 텔레비전 토론이 유권자의 후보 이미지 지각에 미치는 영향력에 대한 유사실험연구.” 방일영문화재단 『한국언론학술논총』, 279-324. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 이강형. 2004. “대통령 후보의 텔레비전 토론이 후보 이미지 변화에 미치는 효과: 제16대 대통령 선거 후보토론회 패널 조사 연구.” 『한국언론학보』 48권 2호, 346-372.
- 이소영·강우진·김형철·박영득·이한수(한국정치학회). 2017. “제19대 대통령선거 후보자토론회 효과 분석 연구.” 2017년도 중앙선거방송토론위원회 연구용역 결과보고서.
- 이재묵. 2017. “19대 대선과 TV 토론회: 제도 평가와 효과 분석.” 『현대사회과학연구』 27-47.
- 이종수. 2002. “TV토론에 시민참여 포맷 도입해야.” 『신문과 방송』 379호, 50-54.
- 이종희·오지양. 2011. “후보자 TV토론회 토론 포맷 연구: 제5회 전국동시지방선거 서울시장 후보자토론회를 중심으로.” 『한국언론학보』 55권 1호, 47-78.

- 이준용. 1999. “텔레비전 토론의 정치적 영향력: 제15대 대통령 선거를 중심으로.” 『한국방송학보』 12권, 253-297.
- 이준용. 2003. “텔레비전 토론이 후보 이미지, 이슈 근접성, 후보에 대한 태도에 미치는 영향.” 『성곡논총』 34권 2호, 285-332.
- 정성호, 이화행. 2006. “TV토론이 유권자의 인지효과에 미치는 영향 연구: 광역단체장 선거 경선 TV 토론을 중심으로.” 『정치커뮤니케이션연구』 4호, 63-87.
- 정인숙. 1998. “인물 품평회에 그친 TV합동토론회.” 『저널리즘 비평』 23권, 20-25.
- 한정택. 2014. “선거 캠페인의 특징과 유권자 반응: 제6회 동시지방선거에서 TV 토론회 효과를 중심으로.” 『21세기정치학회보』 24권 3호, 247-269.
- 한정택·이재목·조진만. 2013. “제18대 대통령선거 후보자 TV토론회 분석: 제도, 현실, 효과.” 『한국정당학회보』 12권 2호, 37-72.
- Abramowitz, Alan I., 1978. “The Impact of a Presidential Debate on Voter Rationality.” *American Journal of Political Science* 22(3): 680-690.
- Benoit, William L., and Glenn J. Hansen. 2004. “Presidential Debate Watching, Issue Knowledge, Character Evaluation, and Vote Choice.” *Human Communication Research* 30(1): 121-144.
- Friedenberg, R. V. 1997. *Rhetorical Studies of National Political Debates 1960-1992*. Westport, CN: Praeger.
- Holbrook, Thomas M. 1994. “The Behavioral Consequences of Vice-Presidential Debates: Does the Undercard Have Any Punch?” *American Politics Quarterly* 22(4): 469-482.
- Jamieson, Kathleen Hall, and David S. Birdsell. 1988. *Presidential Debates: The Challenge of Creating an Informed Electorate*. New York: Oxford University Press.
- Kraus, S. 1988. *Televised Presidential Debates and Public Policy*. NJ: Lawrence Erlbaum.
- Lassen, D. 2005. “The Effect of Information on Voter Turnout: Evidence from a Natural Experiment.” *American Journal of Political Science*, 49(1): 103-118.
- Lanoue, David J. 1991. “Debates That Mattered: Voters’ Reaction to the 1984 Canadian Leadership Debates.” *Canadian Journal of Political Science* 24(1): 51-65.
- Lanoue, David J., and Peter R. Schrott. 1989. “The Effects of Primary Season Debates on Public Opinion.” *Political Behavior* 11(3): 289-306.
- Lee, Han Soo, and Jae Mook Lee. 2015. “Televised Presidential Debates and Learning in the 2012 Korean Presidential Election: Does Political Knowledge Condition Information Acquisition?” *International Journal of Communication* 9: 1-20.
- Lee, Han Soo, and Jae-Mook Lee. 2017. “Viewing Presidential Televised Debates and Civic Engagement in Korea.” *International Area Studies Review* 20(4): 334-348.
- Lee, Han Soo, Hee Min, and Jungkun Seo. 2018. “Legislative Response to Constituents’

- Interests in New Democracies: The 18th National Assembly and Income Inequality in Korea.” *Government and Opposition* 53(2): 312-334.
- Lee, Han Soo. 2016. “TV Debates and Vote Choice in the 2012 Korean Presidential Election: Does Viewing TV Debates Activate Partisan Voting?” *Korea Observer* 47(2): 199-226.
- McKinney, Mitchell S., and Leslie A. Rill. 2009. “Not Your Parents’ Presidential Debates: Examining the Effects of the CNN/YouTube Debates on Young Citizens’ Civic Engagement.” *Communication Studies* 60(4): 392-406.
- McKinney, Mitchell S., and Sumana Chattopadhyay. 2007. “Political Engagement through Debates: Young Citizens’ Reactions to the 2004 Presidential Debates.” *American Behavioral Scientist* 50(9): 1093-1111.
- Wayne, S. J. 1980. *The Road to the White House*. New York: St. Martin's Press.
- Zaller, John R. 1992. *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.

제7회 전국동시지방선거 후보자토론회 효과분석 연구:
제19대 대통령선거 후보자토론회와의 비교분석을 중심으로

2018년도 중앙선거방송토론위원회
연구용역 결과보고서

부 록

제7회 전국동시지방선거 서울시장 후보자토론회 효과분석

사전조사 설문지

사후조사 설문지

제7회 전국동시지방선거 서울시장 후보자토론회 효과 분석 사전조사 설문지

안녕하십니까? 여론조사 전문기관인 ㈜엠브레인에서는 제7회 전국동시지방선거 서울시장 후보자 토론회에 대한 여론조사를 하고 있습니다. 이 조사는 중앙선거방송토론위원회가 한국정치학회에 의뢰하여 실시하고 있습니다. 잠시만 시간을 내주시면 고맙겠습니다.

SQ1. 선생님의 주민등록상 거주지는 어디입니까?

1. 서울 2. 기타 지역 (☞ 응답 중단)

SQ2. 성별 1. 남자 2. 여자

SQ3. 선생님의 연령은 만으로 어떻게 되십니까? _____ 세 (☞ 만 19세 미만은 응답 중단)

1. 만 19-29세 2. 30대 3. 40대 4. 50대 5. 60대 이상

SQ4. 선생님께서는 이번 제7회 전국동시지방선거에서 투표하실 생각이십니까?

1. 반드시 투표할 것이다
2. 가급적 투표할 것이다
3. 별로 투표하고 싶지 않다
4. 투표할 의사가 전혀 없다
9. 모름

SQ5. 선생님께서는 지난 2017년 19대 대통령선거 때 어느 후보에 투표하셨습니까?

1. 문재인 2. 홍준표 3. 안철수 4. 유승민 5. 심상정 5. 기타후보
6. 기권했음 7. 투표권이 없었음

SQ6. 선생님께서는 이번 제7회 전국동시지방선거에 얼마나 관심이 있으십니까?

1. 관심이 매우 많다
2. 관심이 어느 정도 있다
3. 관심이 별로 없다
4. 관심이 전혀 없다
9. 모름

SQ7. 선생님께서는 TV에서 방영하는 제7회 지방선거의 서울시장 후보자토론회를 시청하실 의향이 있으십니까?

1. 있다 2. 없다 (☞ 응답 중단)

SQ8. 엠브레인은 이번 조사를 포함, 서울시장 선거 후보자토론회 이후 추가적으로 설문조사를 실시할 예정입니다. 선생님께서는 이번 조사를 포함, 총 2회 진행 예정인 설문조사에 참여하실 의향이 있으십니까?

1. 있다 2. 없다 (☞ 응답 중단)

♣ 서울시장 선거 후보자토론회 개최 일시

주관	일시	방송
방송사 주관	5월 30일 (수) 22:00	KBS
방송사 주관	6월 5일 (화) 21:20	JTBC
서울시선거방송토론위원회 주관	6월 7일 (목) 23:15	KBS

♣ 다음은 이번 서울시장 선거에 대해 몇 가지 여쭙보겠습니다

Q01. 선생님께서는 이번 서울시장 선거에서 후보를 선택할 때 어떤 점을 가장 많이 고려하시겠습니까?

1. 정책·공약
2. 소속 정당
3. 이념
4. 도덕성
5. 납세/병역/전과
6. 후보의 능력
7. 후보의 경력
8. 주변의 평가
9. 기타 () (▶ 구체적 응답 필요)
10. 모름

Q02. 선생님께서는 이번 서울시장 선거 주요 후보자들의 정책 공약에 대해 어느 정도 알고 계십니까?

1. 잘 안다
2. 어느 정도 안다
3. 별로 모른다
4. 전혀 모른다

♣ 다음은 서울시장 선거 후보자토론회에 대해 몇 가지 여쭙보겠습니다. 현재 서울시장 선거 후보자토론회는 서울시선거방송토론위원회가 주관하는 토론회 1회, 공중파채널 방송초청 1회, 종편채널 방송 초청 1회 등 총 3회 진행될 예정입니다.

Q03. 선생님께서는 현재 1회로 개최 예정되어 있는 서울시선거방송토론위원회 주관 서울시장 선거 후보자토론회의 횟수가 충분하다고 생각하십니까?

1. 충분하다
2. 부족하다
9. 모름

Q04. 선생님께서는 현재 총 3회로 개최 예정되어 있는 서울시장 선거 후보자토론회는 횟수가 충분하다고 생각하십니까?

1. 충분하다 (☞Q05로)
2. 부족하다 (☞Q04-1로)
9. 모름

Q04-1. (부족하다면) 서울시장 선거 후보자토론회는 총합 몇 회 정도가 적당하다고 생각하십니까? (회)

Q05. 선생님께서는 서울시장 선거 후보자토론회가 진행될 필요가 있다고 생각하십니까?

1. 반드시 필요하다
2. 어느 정도 필요하다
3. 별로 필요하지 않다
4. 전혀 필요하지 않다
9. 모름

Q06. 선생님께서는 서울시장 선거 후보자토론회가 선거정보를 얻는데 얼마나 효과적이라고 생각하십니까?

1. 매우 효과적이다
2. 어느 정도 효과적이다
3. 별로 효과적이지 않다
4. 전혀 효과적이지 않다
9. 모름

Q07. 지금까지 서울시장 선거 후보자토론회가 중립적으로 공정하게 진행되어 왔다고 생각하십니까?

1. 매우 그렇다
2. 그런 편이다
3. 별로 그렇지 않다
4. 전혀 그렇지 않다
9. 모름

Q08. 지금까지 서울시장 선거 후보자토론회가 흥미롭게 진행되어 왔다고 생각하십니까?

1. 매우 그렇다
2. 그런 편이다
3. 별로 그렇지 않다
4. 전혀 그렇지 않다
9. 모름

Q09. 선생님께서는 서울시장 선거 후보자토론회가 공정하고 흥미로운 토론회가 되기 위해서 사회자는 어떤 역할을 하여야 한다고 생각하십니까?

1. 후보자에게 발언기회를 부여하고 발언시간을 조정하는 단순진행 역할
2. 단순진행 역할을 중심으로 하되 가끔 보충질문을 던지는 소극적 토론개입 역할
3. 주제를 제시하거나 자유롭게 보충질문을 하는 적극적 토론개입 역할
9. 모름

♣ 다음은 2014년 서울시장 선거 후보자토론회에 대한 질문입니다. 2014년 서울시장 선거 후보자토론회에는 새정치민주연합 박원순 후보, 새누리당 정몽준 후보, 그리고 통합진보당 정태홍 후보가 참가하였습니다.

Q10. 선생님께서는 지난 2014년 실시된 제6회 전국동시지방선거 당시 서울시장 후보자토론회를 시청하신 적이 있으십니까?

1. 있다 (☞Q10-1과 Q10-2로)
2. 없다 (☞Q11로)
9. 모름

Q10-1. (있으시다면) 2014년 서울시장 선거 후보자토론회가 선생님의 투표참여 의사에 영향을 미쳤습니까?

1. 매우 많은 영향을 미쳤다
2. 어느 정도 영향을 미쳤다
3. 별로 영향을 미치지 않았다
4. 전혀 영향을 미치지 않았다
9. 모름

Q10-2. (2014년에 서울시장 선거 후보자토론회를 시청하신 적이 있으시다면) 당시 서울시장 선거 후보자토론회가 선생님의 투표 결정에 영향을 미쳤습니까?

1. 매우 많은 영향을 미쳤다
2. 어느 정도 영향을 미쳤다
3. 별로 영향을 미치지 않았다
4. 전혀 영향을 미치지 않았다
9. 모름

♣ 다음은 선거에 대한 선생님의 견해를 여쭙보겠습니다.

Q11 선생님께서는 누구에게 표를 던지느냐가 중요하다고 보십니까? 중요하지 않다고 생각하십니까? 1부터 5까지 선생님의 의견을 말씀해주십시오. 여기서 1은 '어떤 후보에게 투표하는가는 중요하지 않다', 5는 '어떤 후보에게 투표하는가는 중요하다'는 것을 의미합니다.

보기	1 ----- 2----- 3 ----- 4 ----- 5	9(모름)
-----------	----------------------------------	-------

Q12. 누가 권력을 잡느냐에 따라 차이가 있다고 생각하십니까? 없다고 생각하십니까? 1부터 5까지 선생님의 의견을 말씀해주십시오. 여기서 1은 '누가 권력을 잡느냐에 따라 차이가 없다'는 것을 의미하며, 5는 '큰 차이가 있다는 것'을 의미합니다.

보기	1 ----- 2----- 3 ----- 4 ----- 5	9(모름)
-----------	----------------------------------	-------

Q13. 선생님께서는 서울시장 선거 후보자들에 대해 어떻게 생각하고 계신지요? 0부터 10까지 후보자에 대한 호감도를 말씀해주십시오. 여기서 0은 선생님께서 그 후보를 매우 싫어한다는 것을 의미하며, 반대로 10은 선생님께서 그 후보를 매우 좋아한다는 것을 의미합니다.

DQ4. 선생님의 직업은 무엇입니까?

1. 농업/임업/어업 (☞ DQ5 로)
2. 자영업 (상업, 소규모 장사, 개인택시운전사 등) (☞ DQ5 로)
3. 판매/영업/서비스직 (상점 점원, 세일즈맨, 방문 판매원, 미용사 등) (☞ DQ4-1 로)
4. 기능/숙련직 (운전기사, 세탁, 선반, 목공, 기능공 등) (☞ DQ4-1 로)
5. 생산/노무직 (제조업 생산직, 현장직업, 일용노무직, 청소관리, 경비원 등) (☞ DQ4-1 로)
6. 사무직 (차장이하 사무직, 초중고 교사, 6급이하 공무원) (☞ DQ4-1 로)
7. 경영/관리직 (5급이상 공무원, 기업체 부장 이상) (☞ DQ4-1 로)
8. 전문/자유직 (변호사, 의사, 건축사, 교수, 예술가, 종교지도자 등) (☞ DQ4-1 로)
9. 가정주부 (가사와 육아만 하는 전업주부) (☞ DQ5 로)
10. 학생 (☞ DQ5 로)
11. 무직 (☞ DQ5 로)
12. 기타 (☞ DQ5 로)
13. 잘모름 (☞ DQ5 로)

DQ4-1. (DQ4에서 3번~8번 응답하신 분만) 선생님의 현재 고용상태는 어떠하십니까?

1. 정규직
2. 비정규직

DQ5. 선생님 댁 가족 전체의 보너스를 포함한 월평균 소득은 얼마입니까?

- | | | |
|--------------|--------------|--------------|
| 1. 70만원 이하 | 2. 71-100만원 | 3. 101-150만원 |
| 4. 151-200만원 | 5. 201-250만원 | 6. 251-300만원 |
| 7. 301-400만원 | 8. 401-500만원 | 9. 501-600만원 |
| 10. 601만원 이상 | 11. 모름 | |

DQ6. 선생님 댁의 부채를 제외한 순자산(금융자산, 부동산 포함)은 어느 정도입니까?

1. 1억원 미만
2. 1억원 이상 - 2억원 미만

- | | |
|--------------------|----------------------|
| 3. 2억원 이상 - 3억원 미만 | 4. 3억원 이상 - 4억원 미만 |
| 5. 4억원 이상 - 5억원 미만 | 6. 5억원 이상 - 6억원 미만 |
| 7. 6억원 이상 - 7억원 미만 | 8. 7억원 이상 - 8억원 미만 |
| 9. 8억원 이상 - 9억원 미만 | 10. 9억원 이상 - 10억원 미만 |
| 11. 10억원 이상 | 99. 모름 |

DQ7. 현재 선생님께서 지지하는 정당은 어느 정당입니까?

- | | |
|-----------|--------------------------------|
| 1. 더불어민주당 | 2. 자유한국당 |
| 3. 바른미래당 | 4. 민주평화당 |
| 5. 정의당 | 6. 민중당 |
| 7. 대한애국당 | 8. 기타정당 () |
| 9. 없음 | 10. 잘 모름 |

DQ8. 현재 선생님께서 지지하는 서울시장 후보는 누구입니까?

- | | | | |
|------------------------------|--------|--------|--------|
| 1. 박원순 | 2. 김문수 | 3. 안철수 | 4. 김종민 |
| 5. 기타 () | | | |
| 6. 없음 | | | |
| 7. 아직 결정하지 못했음 | | | |
| 9. 모름 | | | |

DQ9. 선생님의 고향은 어디십니까?

- | | | | | |
|--------|------------|------------|--------|--------|
| 1. 서울 | 2. 부산 | 3. 대구 | 4. 인천 | 5. 광주 |
| 6. 대전 | 7. 울산 | 8. 경기 | 9. 강원 | 10. 충북 |
| 11. 충남 | 12. 전북 | 13. 전남 | 14. 경북 | 15. 경남 |
| 16. 제주 | 17. 기타(이북) | 18. 기타(해외) | | |

응답해주셔서 감사합니다.

**제7회 전국동시지방선거 서울시장 후보자토론회 효과 분석:
사후조사 설문지**

안녕하세요? 여기는 서울에 위치한 여론조사 전문기관인 엠브레인입니다.
저희는 한국정치학회의 의뢰로 제7회 전국동시지방선거 서울시장 후보자토론회 효과 분석을 위한 여론조사를 실시하고 있습니다.
바쁘시더라도 잠시만 시간을 내주시면 감사하겠습니다. 선생님의 답변은 통계법에 의해 엄격히 보호됩니다.

SQ1. 엠브레인은 지난 5월 00일부터 5월 00일 사이에 서울시장 선거 후보자토론회와 관련된 조사를 실시한 적이 있습니다. 본 조사는 사전 조사에 응해주신 분을 대상으로 진행됩니다. 사전 조사에 응답하신 적이 있으십니까?
1. 있다 2. 없다 (☞ 응답 중단)

SQ2. 선생님께서는 이번 제7회 전국동시지방선거에 얼마나 관심이 있으셨습니까?
1. 관심이 매우 많았다
2. 관심이 어느 정도 있었다
3. 관심이 별로 없었다
4. 관심이 전혀 없었다
9. 모름

♣ 이번 서울시장 선거 후보자토론회는 서울시선거방송토론위원회가 주관하는 토론회 1회와 KBS 초청 토론회 1회 등 총 두 차례 진행되었습니다.

SQ3. 선생님께서는 이번 서울시장 선거 후보자토론회를 시청하신 적이 있으니까?
1. 있다 (☞ SQ3-1로)
2. 없다 (☞ Q03으로)

SQ3-1. 있다면, 총 2번의 서울시장 선거 후보자토론회 중 몇 회 시청하셨습니까?
()회

SQ3-2. 그렇다면, 다음 서울시장 선거 후보자토론회 중 어느 토론회를 시청하셨습니까?
1. 5월 30일 KBS 초청 토론회만 시청
2. 6월 7일 서울시선거방송토론위원회 주관 토론회만 시청
3. 5월 30일, 6월 7일 토론회 둘 다 시청
9. 모름

♣ 후보자토론회에 대해 몇 가지 여쭙보겠습니다.

Q01. 선생님께서는 이번 서울시장 선거 후보자토론회를 어느 매체를 통해 주로 보셨습니까?
1. 지상파 TV (KBS, MBC, SBS 등)
2. 포털사이트(네이버, 다음 등)에서 제공하는 실시간 방송

3. 유튜브나 페이스북 등 SNS를 통한 실시간 방송
4. 중앙선거방송토론위원회에서 제공하는 다시보기 동영상
5. 기타 ()

Q02. 선생님께서는 이번 서울시장 선거 후보자토론회를 얼마나 관심 있게 보셨습니까?

1. 많은 관심을 갖고 보았다.
2. 어느 정도 관심을 갖고 보았다.
3. 별로 관심을 기울이지 않고 가끔 보았다.
4. 특별한 관심 없이 지나치며 보았다.

Q03. 선생님께서는 총 2회(선거방송토론위원회 주관 1회, 방송사 주관 1회) 진행된 서울시장 선거 후보자토론회가 충분했다고 보십니까?

1. 충분했다 (☞Q04로)
2. 부족했다 (☞Q03-1로)

Q03-1. 부족했다면, 토론회를 몇 회 정도로 늘려야 할까요? ()회

Q04. 선생님께서는 각각 2시간(KBS 주관) 및 1시간 40분(선거방송토론위원회 주관) 동안 진행된 이번 서울시장 선거 후보자토론회의 시간이 적절했다고 생각하십니까?

1. 시간을 더 늘려야 한다
2. 현행대로 유지해야 한다
3. 시간을 더 줄여야 한다
9. 모름

Q05. 선생님께서는 이번 서울시장 토론회처럼 주요 정당 후보가 모두 참여하는 토론회 대신 여론조사 상위 1~3위 또는 1, 2위 후보만 참여하는 주요 후보 위주의 토론회 방식으로 바뀌는 것이 낫다는 의견에 대하여 어떻게 생각하십니까?

1. 여론조사 상위권 후보 위주의 토론회로 바뀌는 것이 좋다.
2. 주요 정당 후보 모두 참여하는 토론회를 유지하는 것이 좋다.
9. 모름

Q06. 선생님께서는 다음 중 어떠한 후보자토론회 유형이 가장 좋다고 생각하십니까?

1. 후보자들끼리 질문하고 답변을 주고받는 형식
2. 유권자의 질문에 후보자가 답변하는 형식
3. 사회자의 질문에 후보자가 답변하는 형식
4. 전문가가 참여하여 질문하는 형식

Q06-1. 이번 서울시장 후보자토론회에서는 후보자들끼리 질문하고 답변을 주고받는 형식을 중심으로 몇 가지 토론회 진행방식이 도입되었습니다. 이번에 도입된 방식 외에도 후보자들이 토론하는 다양한 방식이 있습니다. 선생님께서는 다음 중 어떤 토론회 진행방식을 선호하십니까?

1. 후보자들이 정책 발표 후 후보자들끼리 질문하고 답변하는 등의 일대일 정책검증 형식
2. 후보자 간 자유토론으로 진행되는 방식
3. 각 후보자가 일정 시간에 토론의 주도권을 쥐고 토론을 주도하는 주도권 토론 방식
4. 방청객 또는 유권자의 질문에 후보자가 답하는 방식
5. 기타 ()
9. 모름

Q06-2. 선생님께서는 각 후보자들이 정책 발표 후 후보자들끼리 질문하고 답변하는 등의 일대일 정책검증 형식에 어느 정도 만족하십니까?

1. 매우 만족한다.
2. 어느 정도 만족한다.
3. 별로 만족하지 않는다.
4. 전혀 만족하지 않는다.
9. 모름

Q07. 선생님께서는 서울시장 선거 후보자토론회가 공정하고 흥미로운 토론회가 되기 위해서 사회자는 어떤 역할을 하여야 한다고 생각하십니까?

1. 후보자에게 발언기회를 부여하고 발언시간을 조정하는 단순진행 역할
2. 단순진행 역할을 중심으로 하되 가끔 보충질문을 던지는 소극적 토론개입 역할
3. 주제를 제시하거나 자유롭게 보충질문을 하는 적극적 토론개입 역할
9. 모름

Q07-1. 그렇다면, 선생님께서는 이번 서울시장 선거 후보자토론회 사회자의 역할을 어떻게 평가하십니까?

1. 토론에 지나치게 많이 개입했다.
2. 토론과정에 적당히 개입하면서 역할을 적절히 수행했다.
3. 토론회에서 사회자의 역할이 미미했다.
9. 모름

Q08. 선생님께서는 서울시장 선거 후보자토론회에서 유권자 참여가 어떠한 방식으로 이루어지는 것이 좋다고 생각하십니까?

1. 사전에 유권자 질문사항을 조사한 후 후보자에게 질의
2. 토론회 중간에 즉석 전화 통화
3. 토론회 방청객이 후보자에게 질문
4. SNS를 통한 실시간 참여
5. 후보자토론회 과정에 유권자의 참여는 별로 필요하지 않다.
9. 모름

♣ 이번에는 후보자토론회 결과 및 평가에 대해 여쭙보겠습니다

Q09-1. 선생님께서는 이번 서울시장 선거 후보자토론회가 후보자의 자질을 비교하는데 얼마나 도움이 되셨습니까?

Q09-2. 선생님께서는 이번 서울시장 선거 후보자토론회가 후보자의 정책공약을 비교하는데 얼마나 도움이 되셨습니까?

Q09-3. 선생님께서는 이번 서울시장 선거 후보자토론회가 후보자의 정책수행능력을 비교하는데 얼마나 도움이 되셨습니까?

전혀 도움이 되지 않았다	별로 도움되지 않았다	그저 그렇다	약간 도움이 되었다	매우 도움이 되었다	모름/ 무응답
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(9)

Q10. 선생님께서는 이번 서울시장 선거 주요 후보들의 정책 공약에 대해 어느 정도 알고 계십니까?

1. 잘 알고 있다
2. 조금 알고 있다
3. 잘 모른다
4. 전혀 모른다

Q11. 이번 서울시장 선거 후보자토론회를 통해 후보자 정책에 대해 새롭게 알게 된 이슈가 있었습니까?

1. 매우 많았다
2. 조금 있었다
3. 별로 없었다
4. 전혀 없었다

Q12. 이번 서울시장 선거 후보자토론회 시청을 통해 선생님의 이번 선거에 대한 관심도가 더 높아졌다고 생각하십니까?

1. 매우 높아졌다.
2. 조금 높아졌다
3. 변화가 없었다
4. 조금 낮아졌다
5. 매우 낮아졌다

Q13. 선생님께서는 서울시장 선거 후보자토론회 시청 후 주변 사람들과 이번 선거와 후보자토론에 대한 대화를 하신 적이 있으십니까?

1. 매우 많이 했다
2. 조금 했다
3. 별로 하지 않았다
4. 전혀 하지 않았다

Q14. 선생님께서는 이번 서울시장 선거 후보자토론회를 통해 다음 중 어느 영역이 가장 잘 검증되었다고 생각하십니까?

1. 후보자의 정책
2. 후보자의 자질
3. 후보자의 능력

4. 기타 ()
5. 검증된 영역이 없다.
9. 모름

Q15-1. 선생님께서는 이번 서울시장 선거 후보자토론회가 이번 선거의 쟁점에 관한 정보를 얻는데 얼마나 효과적이었다고 생각하십니까?

1. 매우 효과적이었다
2. 어느 정도 효과적이었다
3. 별로 효과적이지 않았다
4. 전혀 효과적이지 않았다
9. 모름

Q15-2. 선생님께서는 이번 서울시장 선거 후보자토론회가 중립적으로 공정하게 진행되었다고 생각하십니까?

1. 매우 그렇다
2. 그런 편이다
3. 별로 그렇지 않다
4. 전혀 그렇지 않다
9. 모름

Q15-3. 선생님께서는 이번 서울시장 선거 후보자토론회가 흥미롭게 진행되었다고 생각하십니까?

1. 매우 그렇다
2. 그런 편이다
3. 별로 그렇지 않다
4. 전혀 그렇지 않다
9. 모름

Q16. 전반적으로 평가해볼 때 선생님께서는 이번 서울시장 선거 후보자토론회가 다른 정보매체들이 제공하는 정보나 기사보다 유익했다고 평가하십니까?

1. 매우 유익했다.
2. 다소 유익했다.
3. 별로 유익하지 않았다.
4. 전혀 유익하지 않았다.
9. 모름

♣ 다음은 선거에 대한 선생님의 견해를 여쭙보겠습니다.

Q17. 선생님께서는 누구에게 표를 던지느냐가 중요하다고 보십니까? 중요하지 않다고 생각하십니까? 1부터 5까지 선생님의 의견을 말씀해주세요. 여기서 1은 '어떤 후보에게 투표하는가는 중요하지 않다', 5는 '어떤 후보에게 투표하는가는 중요하다'는 것을 의미합니다.

보기	1 ----- 2----- 3 ----- 4 ----- 5	9(모름)
----	----------------------------------	-------

Q18. 누가 권력을 잡느냐에 따라 차이가 있다고 생각하십니까? 없다고 생각하십니까? 1부터 5까지 선생님의 의견을 말씀해주세요. 여기서 1은 '누가 권력을 잡느냐에 따라 차이가 없다'는 것을 의미하며, 5는 '큰 차이가 있다는 것'을 의미합니다.

보기	1 ----- 2----- 3 ----- 4 ----- 5	9(모름)
----	----------------------------------	-------

Q19. 선생님께서는 서울시장 선거 후보자들에 대해 어떻게 생각하고 계신지요? 0부터 10까지 후보자에 대한 호감도를 말씀해주세요. 여기서 0은 선생님께서 그 후보를 매우 싫어한다는 것을 의미하며, 반대로 10은 선생님께서 그 후보를 매우 좋아한다는 것을 의미합니다.

	←-----→										모름	
	매우 싫어한다					매우 좋아한다						
19-1 박원순	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	99
19-2 김문수	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	99
19-3 안철수	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	99
19-4 김종민	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	99

♣ 다음은 이번 서울시장 선거와 관련된 질문입니다.

Q20. 선생님께서는 이번 서울시장 선거에서 투표하셨습니까?

1. 투표했다(☞Q20-1로)
2. 투표하지 않았다(☞Q21로)

Q20-1. 하셨다면, 선생님께서는 이번 서울시장 선거에서 어느 후보에게 투표하셨습니까?

1. 박원순
2. 김문수
3. 안철수
4. 김종민
5. 기타후보 ()
9. 모름

Q20-2 이번 후보자토론회가 선생님의 지지 후보 결정에 얼마나 영향을 미쳤습니까?

1. 매우 많은 영향을 미쳤다
2. 영향을 미친 편이다
3. 별로 영향을 미치지 않았다
4. 전혀 영향을 미치지 않았다

Q21. 그렇다면, 이번 후보자토론회가 선생님께서 투표하신(지지하신) 후보에 대한 지지에 어떻게 영향을 미쳤습니까?

1. 토론회 이후 지지하던 후보에 더욱 호감을 갖게 되었다
2. 지지하던 후보가 있었는데 토론회를 보고 바뀌었다
3. 지지하던 후보가 없었는데 토론회를 보고 지지하는 후보가 생겼다.
4. 토론회가 후보 지지에 별로 영향을 미치지 않았다.

Q22. 이번 서울시장 선거 후보자토론회에서 토론을 가장 잘 했다고 생각하는 후보자는 누구입니까?

1. 박원순
2. 김문수
3. 안철수
4. 김종민
5. 기타후보 ()

Q23. 선생님께서 생각하시기에 이번 서울시장 선거 후보자토론회의 문제점은 무엇이 있습니까? 한 가지만 선택해 주십시오.

1. 정책토론의 부재
2. 상대후보에 대한 네거티브 공방
3. 후보자들의 토론규칙 미준수
4. 사회자 역할의 미숙
5. 토론 및 답변시간의 부적절한 배분
6. 기타 ()
7. 별다른 문제점이 없다
9. 모름

DQ1. 선생님께서는 선거운동기간 중 지지후보를 선택하기 위한 정보를 어느 매체를 통해 가장 많이 얻으셨습니까?

1. TV
2. 신문
3. 인터넷 포털사이트나 블로그
4. SNS
5. 선거홍보물
6. 기타 ()