

# 제3차

제8회 전국동시지방선거(2022.06.01)에 관한

## 유권자의식조사

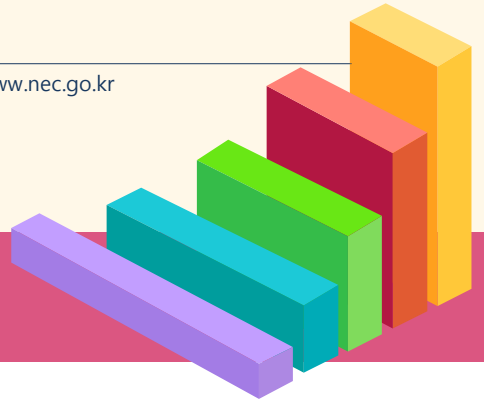
제1장. 조사 개요

제2장. 조사 결과 요약



## PART 1

### 조사 개요



# 제1장. 조사 개요

## I 조사 설계

### 조사 대상

▶ 전국 17개 시·도 거주 만 18세 이상 유권자

### 조사 규모

▶ 총 1,520명

### 표본 오차

▶ 95% 신뢰수준에서  $\pm 2.5\%p$

### 조사 방법

▶ 태블릿PC를 활용한 대면면접조사(TAPI, Tablet Assisted Personal Interview)

### 표본 추출

▶ 집계구를 활용한 층화추출  
- 1차 : 17개 광역시도, 2차 : 동부·읍면부, 3차 : 아파트·일반주택

### 조사 기간

▶ 2022년 6월 2일(목) ~ 22일(수) (총 21일간)

### 통계 보정

▶ 성별·연령별·권역별 인구 수 기준 가중값 부여  
(2022년 4월말 행정안전부 발표 주민등록인구 기준)

### 조사 의뢰

▶ 중앙선거관리위원회

### 조사 기관

▶ (주)한국갤럽조사연구소



## Ⅱ 주요 조사 항목

### 관심도 및 투표 참여 의식

- ▶ 선거 관심도
- ▶ 투표 여부 / 투표 미참여 이유
- ▶ 투표 참여일
- ▶ 사전투표 이유 / 사전투표 없을 시, 투표 가능 여부
- ▶ 지지후보 결정 시점
- ▶ 지지후보 선택 시 고려사항 / 비례대표의원선거 정당 선택 시 고려사항
- ▶ 지지후보자 선택 시 필요한 정보 획득 경로
- ▶ 지지후보 결정 시 정보 충분성
- ▶ 선거관리위원회 선거정보 도움 여부

### 정치 및 선거참여 인식

- ▶ 투표 효능감
  - 선거를 통한 국가 미래 결정
  - 선거를 통한 일상생활 및 삶의 질 결정
  - 선거에서 내 한 표의 중요성

### 선거 분위기 및 불법선거운동

- ▶ 언론보도 공정성 평가
- ▶ 제8회 전국동시지방선거 공명성 평가 및 이유
- ▶ 공명선거를 위한 과제
- ▶ 불법 선거운동 경험 여부 및 대응 방법

선거 관련  
제도 인식

- ▶ 코로나19 확진·격리 유권자 투표시간 연장 인지 여부
- ▶ 사전투표제 인지도 / 도움 정도 / 현행 사전투표제의 문제점 및 개선점
- ▶ 근로자 투표시간 보장 인지도 / 투표시간 보장 여부
- ▶ 투표시간 미보장 고용주 신고 여부 및 미신고 이유
- ▶ 정치인의 금품/음식물 제공 선거법 위반 인지도
- ▶ 과태료 및 포상금제도 인지도 / 과태료 및 포상금제도 효과성
- ▶ 지지후보자 정치후원금 기부 의향

선거관리위원회  
활동 평가

- ▶ 선거관리위원회 홍보활동 접촉 여부 및 도움 정도
- ▶ 선거관리위원회 홍보활동 전반적 효과
- ▶ 선거캠페인 슬로건 접촉 여부 및 호감도
- ▶ 선거관리위원회 활동 및 정치적 중립성, 직무수행 공정성 평가
- ▶ 선거관리위원회 역할 과제



### Ⅲ 가중값 배율

구분		조사완료[A]		가중값 적용기준[B]		가중값 배율[B/A]
		사례수(명)	%	사례수(명)	%	
전체		1,520	100.0	1,520	100.0	1.00
성별	남자	750	49.3	754	49.6	1.00
	여자	770	50.7	766	50.4	1.00
연령별	18-29세	261	17.2	261	17.2	1.00
	30대	234	15.4	230	15.1	0.98
	40대	281	18.5	280	18.4	1.00
	50대	293	19.3	297	19.5	1.01
	60대	248	16.3	249	16.4	1.00
	70세 이상	203	13.4	204	13.4	1.00
지역별	서울	292	19.2	285	18.8	0.98
	인천/경기	452	29.7	480	31.6	1.06
	대전/세종/충청	180	11.8	162	10.6	0.90
	광주/전라	145	9.5	149	9.8	1.03
	대구/경북	150	9.9	149	9.8	0.99
	부산/울산/경남	231	15.2	229	15.1	0.99
	강원/제주	70	4.6	65	4.3	0.93

주) 가중값 적용 기준 사례수는 2022년 4월말 행정안전부 주민등록인구 지역/성/연령비를 따름

## IV 표본의 특성

구분		사례수(명)	%
전체		<b>1,520</b>	<b>100.0</b>
성별	남자	754	49.6
	여자	766	50.4
연령별	18-29세	261	17.2
	30대	230	15.1
	40대	280	18.4
	50대	297	19.5
	60대	249	16.4
	70세 이상	204	13.4
권역별	서울	285	18.8
	인천/경기	480	31.6
	대전/세종/충청	162	10.6
	광주/전라	149	9.8
	대구/경북	149	9.8
	부산/울산/경남	229	15.1
	강원/제주	65	4.3
학력별	중졸 이하	207	13.6
	고졸	698	45.9
	대재 이상	607	39.9
	모름/무응답	7	0.5
직업별	화이트칼라	300	19.7
	블루칼라	441	29.0
	자영업	345	22.7
	농/임/어업	38	2.5
	가정주부	241	15.9
	학생	59	3.9
	무직/기타/무응답	95	6.3
소득별	200만원 이하	181	11.9
	201-400만원 이하	612	40.3
	401-700만원 이하	617	40.6
	701만원 이상	81	5.3
	모름/무응답	29	1.9

제8회 전국동시지방선거  
유권자 의식조사

## PART 2

조사 결과 요약





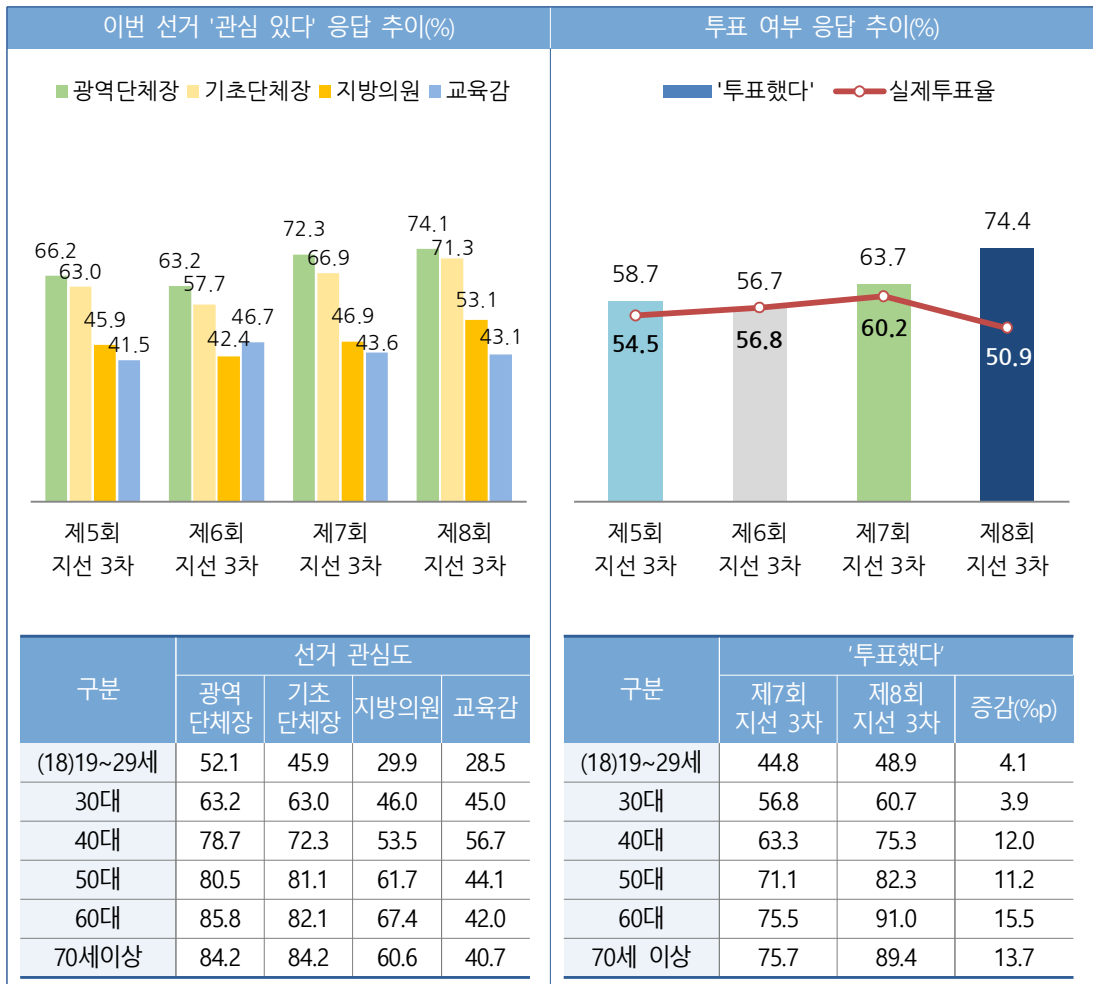
## 제2장. 조사 결과 요약

### I 조사 결과 총괄 요약

#### 1. 제8회 전국동시지방선거 관심도 및 투표 참여 현황

● 과거 지선 대비 선거 관심도는 상승하였으나, 실제 투표율은 하락하였음

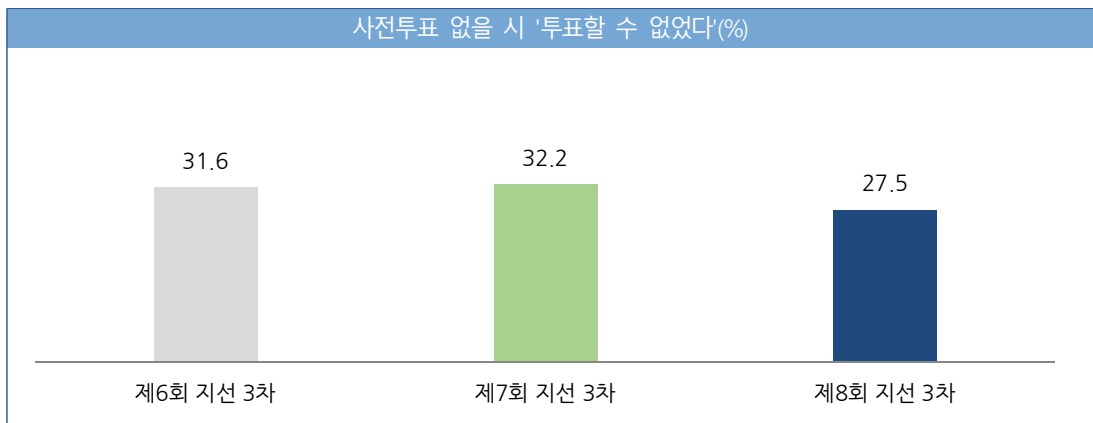
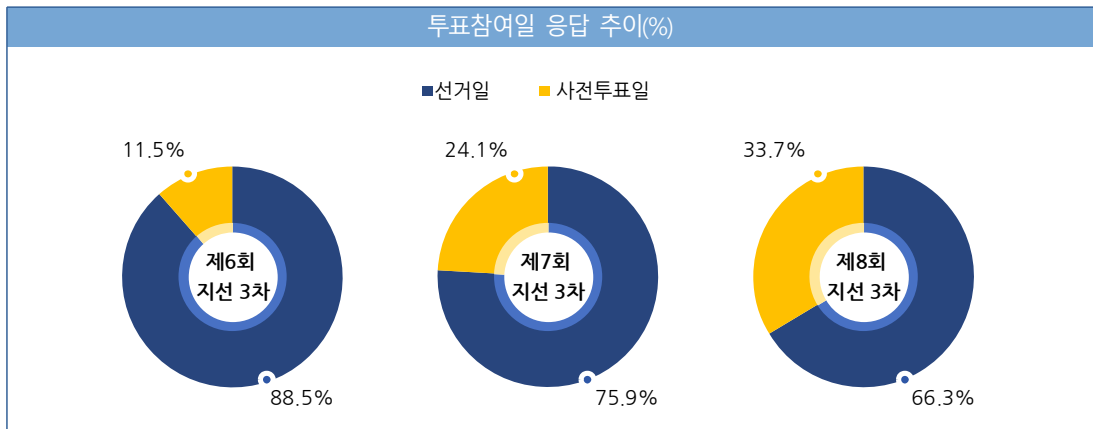
→ 광역단체장, 기초단체장, 지방의원에 대한 선거관심도가 상승하였으며, '투표했다'는 응답률도 10%p 넘게 상승하였으나, 실제 투표율은 이전 선거 대비 9.3%p 하락함





## 2. 투표 참여 현황

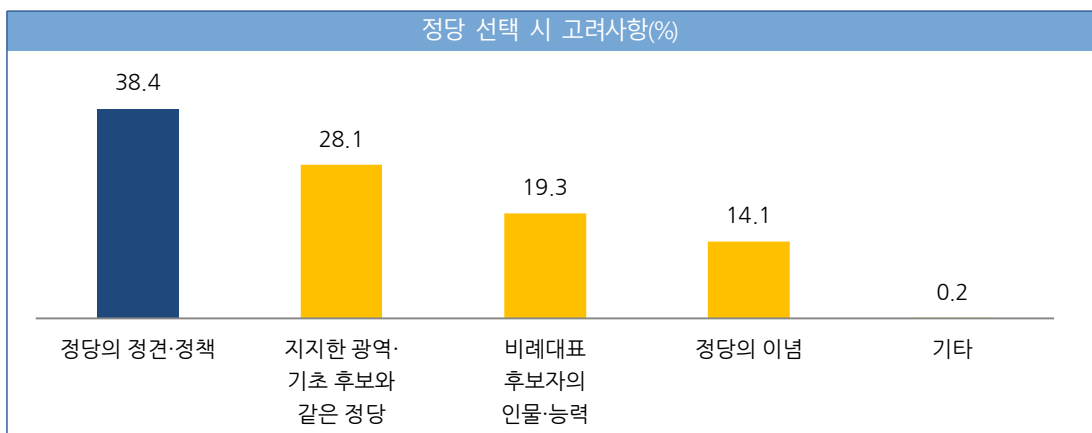
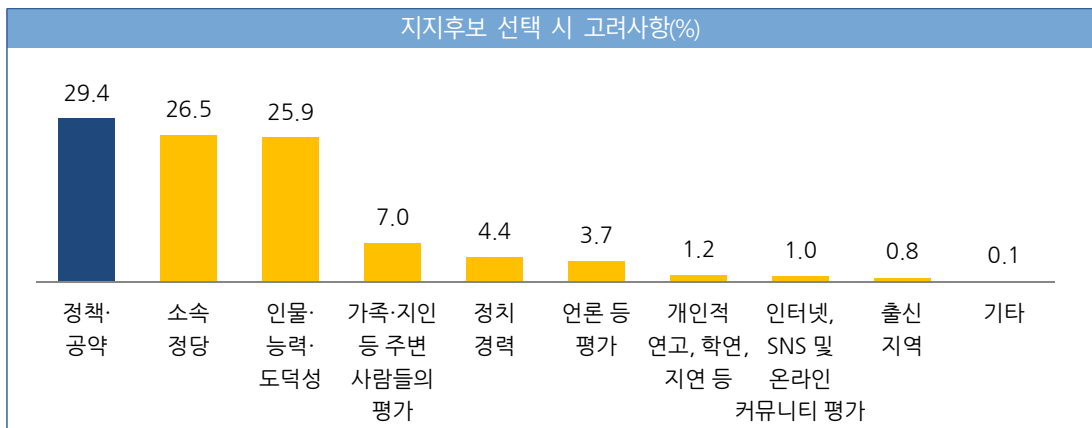
- ‘투표했다’는 응답자 3명 중 2명이 선거일에 투표(선거일 투표 66.3%, 사전투표 33.7%)
  - 사전투표일 ‘투표’ 응답 제7회 지선 대비 9.6%p 증가(실제 사전투표율 20.5%)
  - 사전투표제 없을 경우 ‘투표할 수 없었다’ 27.5%



### 3. 지지후보 결정 시점 / 지지후보 선택 시 고려사항

- 투표자의 과반수가 광역단체장과 기초단체장은 투표일 1주 이상 전(8일 이상)에 지지후보를 결정하지만, 지방의원과 교육감은 과반수가 투표일 1주 전(투표일~7일)에 지지후보를 결정
  - 광역단체장은 '투표일 3주 이상(22일 이상) 전'(27.0%), 기초단체장·지방의원·교육감은 '투표일 1주(4~7일) 전'에 결정한 경우가 가장 많음
- 지지후보 선택 시 '정책·공약' 고려 29.4%로 가장 많고, 이어 '소속 정당', '인물·능력·도덕성' 순
- 비례대표 의원선거 정당 선택 시 '정당의 정견·정책'을 고려한 빈도가 가장 높음(38.4%)

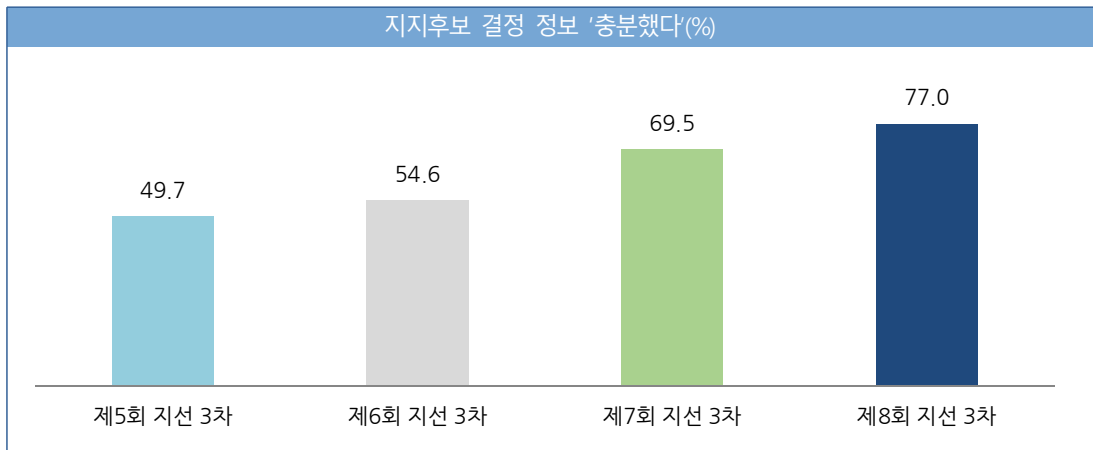
지지 후보 결정 시점(%)	투표 당일	투표일 1~3일 전	투표일 1주 (4~7일) 전	투표일 2주 (8~14일) 전	투표일 3주 (15~21일) 전	투표일 3주 이상(22일 이상) 전
광역단체장	5.0	11.6	21.2	18.4	16.9	27.0
기초단체장	6.4	14.1	23.0	19.6	14.9	22.0
지방의원	10.5	19.3	27.5	17.2	10.2	15.2
교육감	18.1	22.5	27.6	14.9	7.2	9.8





### 4. 지지후보 결정 시 정보 충분성

- ‘투표했다’는 응답자의 77.0%가 지지후보를 결정하는데 정보가 ‘충분했다’고 응답  
→ ‘충분했다’ 응답 지난 지선 대비 7.5%p 증가
- 정보 획득에 도움이 된 매체로 광역단체장과 기초단체장, 교육감은 ‘TV·신문 등 언론의 보도·기사’가 가장 높았으며, 지방의원의 경우 ‘후보자의 홍보물(선거공보, 선거벽보, 현수막 등)’이 가장 높게 나타남

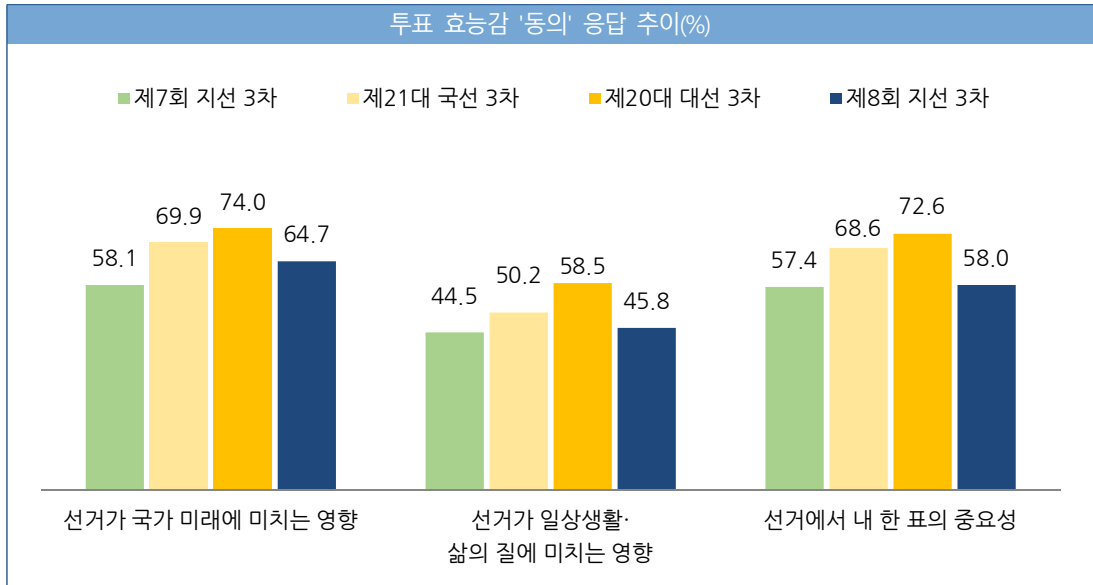


정보획득 도움 매체 1순위 _상위 5개(%)( <sup>주</sup> )	광역단체장		기초단체장		지방의원		교육감	
	7회지선	8회지선	7회지선	8회지선	7회지선	8회지선	7회지선	8회지선
TV·신문 등 언론의 보도·기사	34.5	27.1	26.0	22.6	22.7	17.7	22.5	22.4
TV대담·토론회 및 방송연설	20.5	19.7	18.5	16.2	17.0	10.7	16.2	11.2
가족·지인과의 대화	20.9	16.5	28.1	20.8	26.4	22.7	25.4	22.1
후보자의 홍보물 (선거공보, 선거벽보, 현수막 등)	16.8	13.5	20.1	15.8	23.4	23.1	24.7	22.3
후보자 등의 거리연설·대담	4.4	9.7	4.8	10.4	7.3	9.7	7.0	6.1

주) 상위 5개 항목은 제8회 지선 광역단체장 기준을 순서로 하여 나열되었음

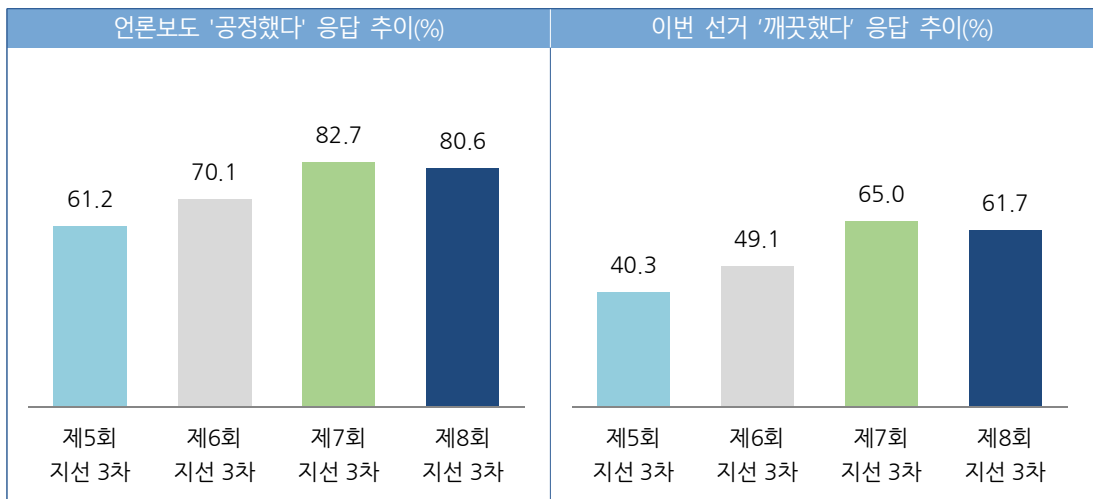
## 5. 투표 효능감

- 제7회 지선 대비 모든 항목에서 투표 효능감 동의 비율 증가한 가운데, 제8회 지선 응답 중 '선거가 국가 미래에 미치는 영향' 동의 비중이 64.7%로 가장 높음
- '선거가 일상생활·삶의 질에 미치는 영향'은 45.8%로 상대적으로 낮음



## 6. 선거 공명성 평가

- 언론보도 '공정했다' 80.6%로 제7회 지선 대비 2.1%p 하락
- 이번 선거 '깨끗했다' 61.7%로 제7회 지선 대비 3.3%p 하락

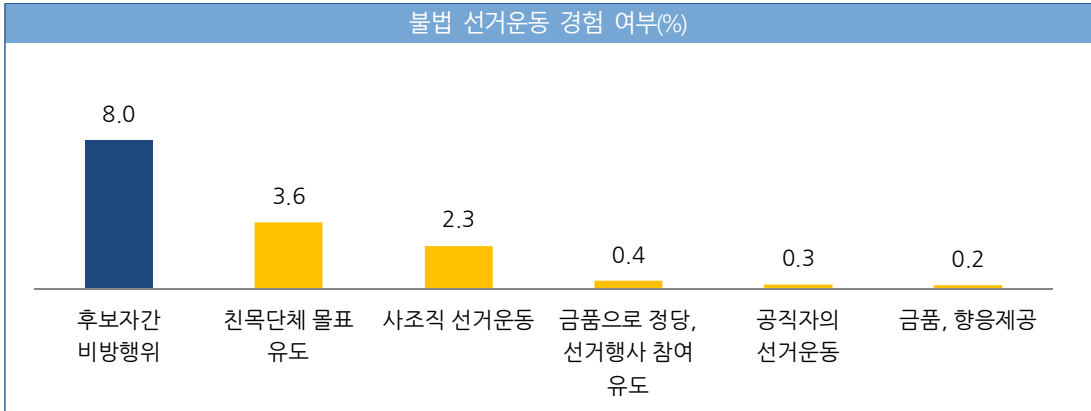




### 7. 불법 선거운동 경험 여부

● 대부분의 응답자가 불법 선거운동 경험 없음

→ ‘후보자간 비방행위’(8.0%)를 제외한 불법선거운동 경험률은 각 항목별 5% 미만

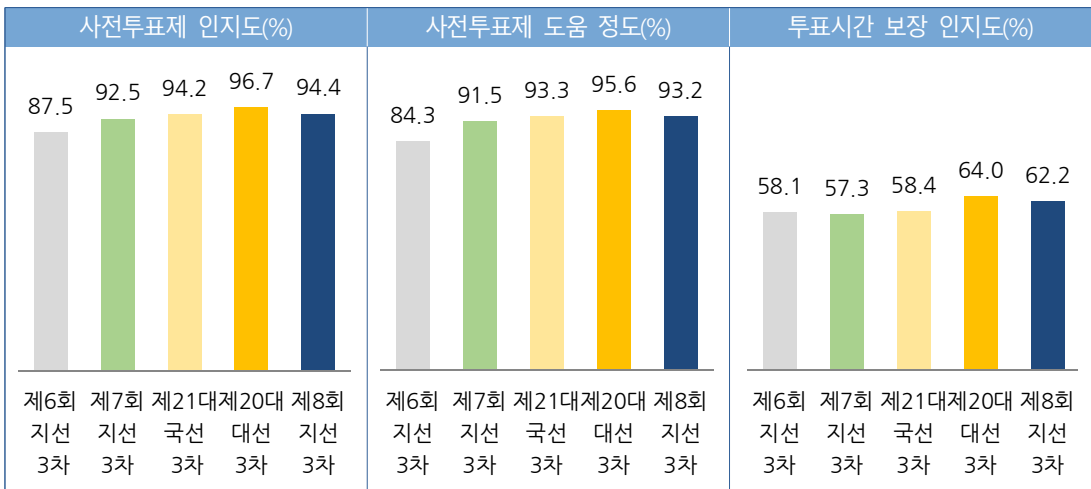


### 8. 사전투표제 및 근로자 투표시간 보장 인식

● 사전투표제를 ‘알고 있다’는 94.4%, ‘도움이 된다’는 93.2%로 사전투표제 인지도 및 투표율 제고에 대한 공감수준이 높게 나타남

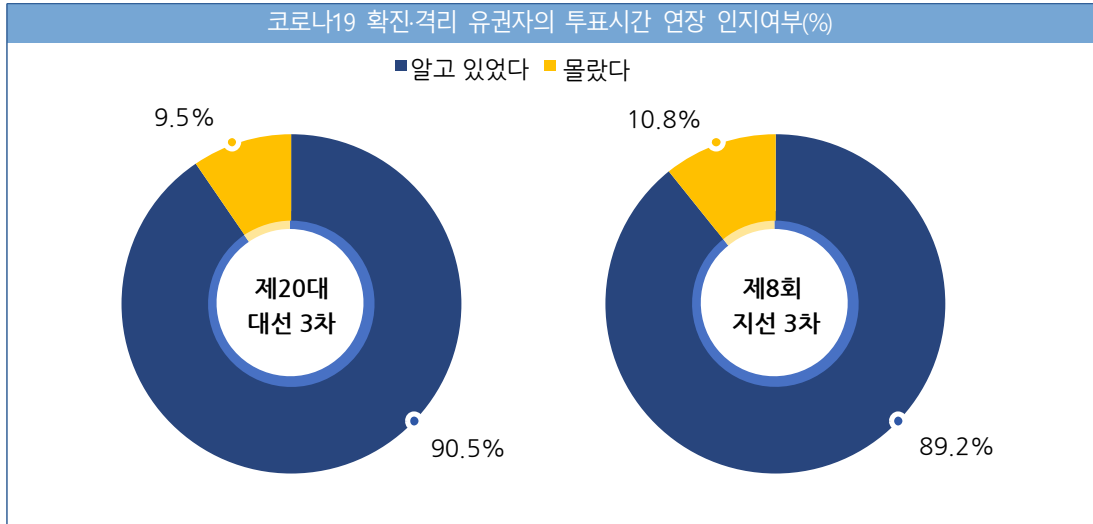
● 투표시간 보장에 대한 인지도는 62.2%로 이전 선거들과 유사한 수준임

→ 사전투표일과 선거일에 모두 근무한 경우, 투표시간을 ‘보장받지 못했다’는 응답은 12.3%로 나타남



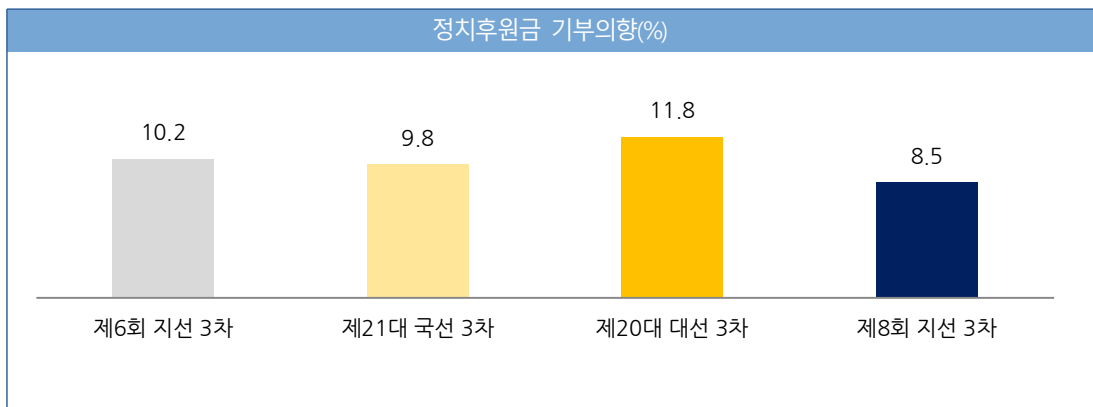
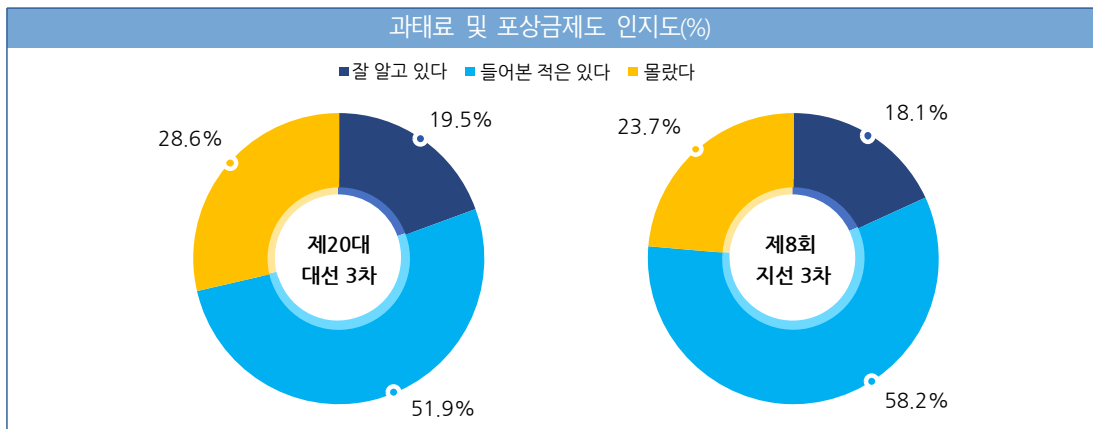
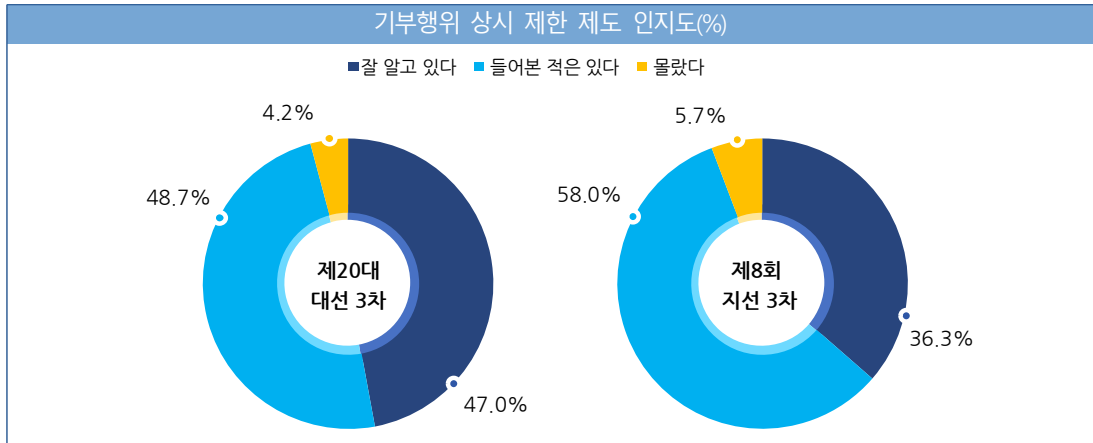
## 9. 코로나19 확진·격리 유권자의 투표시간 연장 인지여부

- 코로나19 확진·격리 유권자의 투표시간 연장(사전투표일(토): 오후 6시 30분부터 오후 8시, 투표일: 오후 6시 30분부터 오후 7시 30분)에 대해 '알고 있었다' 89.2%로 유권자 10명 중 약 9명 인지



## 10. 선거 관련 제도 인지도

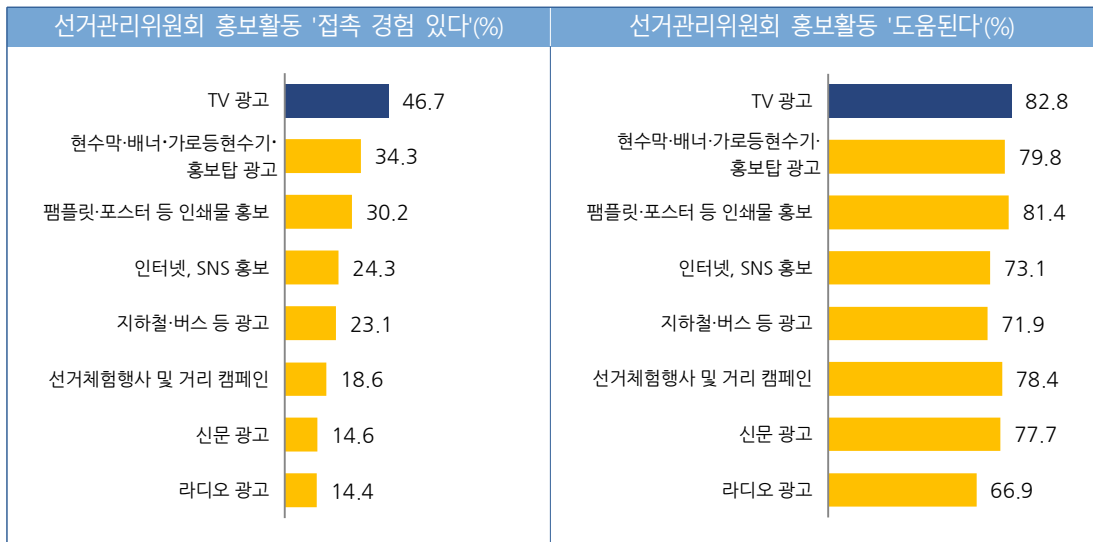
- 기부행위 상시 제한 제도 인지도와 과태료 및 포상금제도에 대한 인지도는 지난 대선 대비 '잘 알고 있다'의 비중은 하락하였고, '들어본 적은 있다'의 비중은 상승함
- 지지후보자 정치후원금 기부의향은 8.5%로 제6회 지선 대비 하락함





## 11. 선거관리위원회 홍보활동

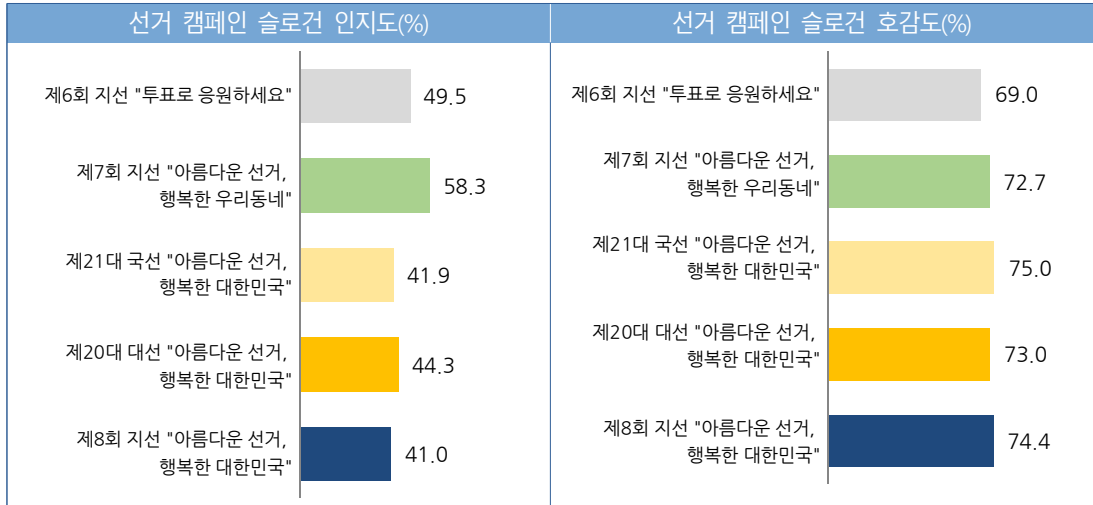
- 응답자의 46.7%가 선거관리위원회의 'TV광고' 접촉
  - 이어 '현수막·배너·가로등현수기·홍보탑 광고'(34.3%), '팸플릿·포스터 등 인쇄물 홍보'(30.2%), '인터넷, SNS 홍보'(24.3%) 순으로 나타남
- 선거관리위원회 홍보활동 경험자 대부분이 '도움된다'고 평가
  - 라디오 광고를 제외한 모든 홍보활동에 '도움된다'는 응답이 70% 이상으로 높게 평가됨





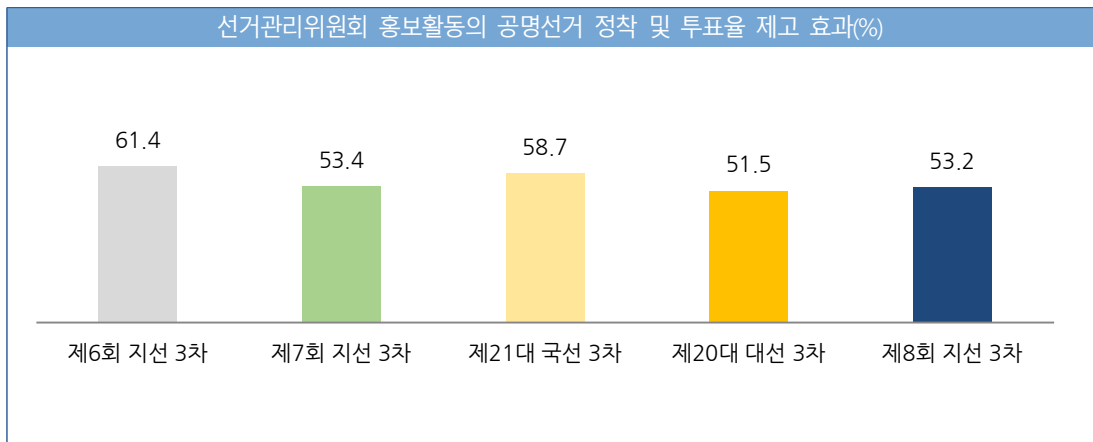
● 선거 캠페인 슬로건 인지도 41.0%, 호감도 74.4%

→ 지난 제7회 지선 대비 슬로건 인지도는 크게 하락하였으나, 호감도는 다소 상승함



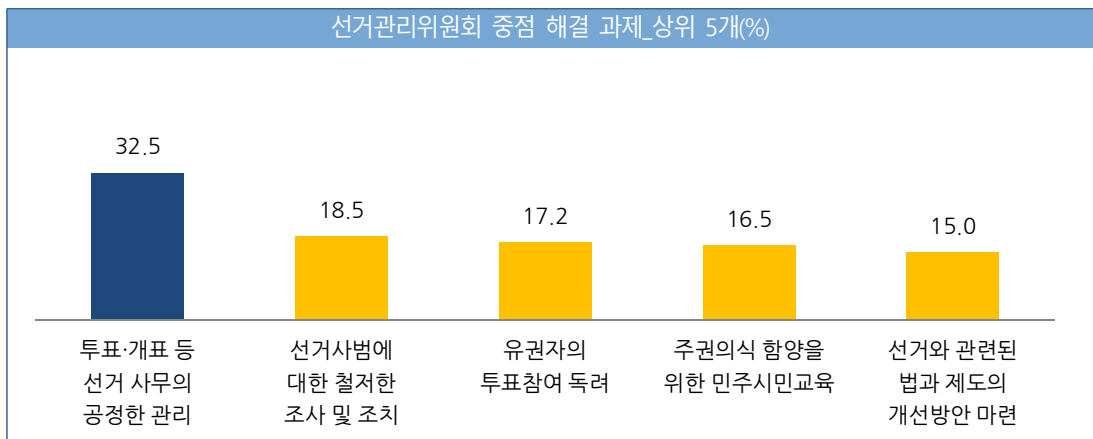
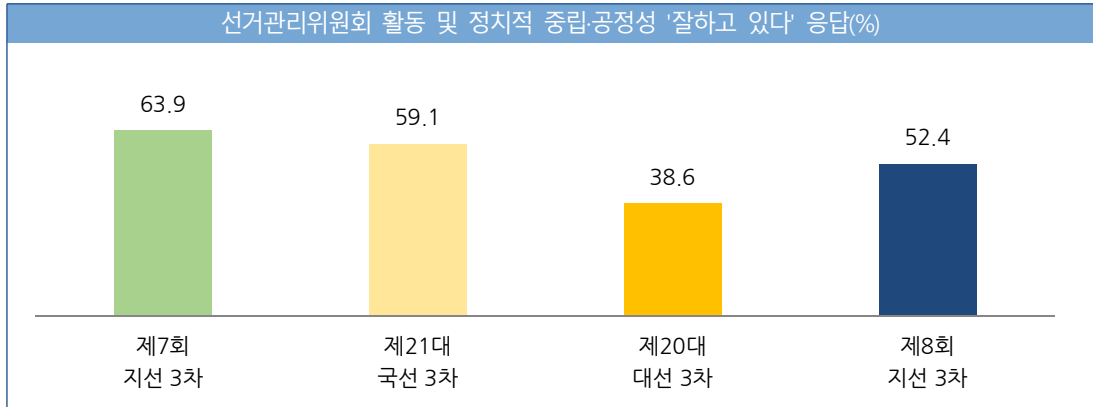
구분	슬로건 인지도(%) (n=1,520)		슬로건 호감도(%) (n=623)		
	알고 있다	모른다	호감이 감	보통	호감이 가지 않음
전체	41.0	59.0	74.4	24.3	1.3
투표자	46.1	53.9	79.5	19.8	0.8
비투표자	26.1	73.9	48.5	47.4	4.1

● 선거관리위원회 홍보활동 '효과 있다' 53.2%로 지난 지선과 유사한 수준



## 12. 선거관리위원회 활동 평가

- 선거관리위원회 활동 및 중립·공정성 긍정 평가 52.4%로 제20대 대선 대비 상승함  
→ 제7회 지선 이후 하락하던 긍정 평가가 반등하였음
- 중점 해결 과제로 '투표·개표 등 선거 사무의 공정한 관리' 응답이 32.5%로 가장 많음



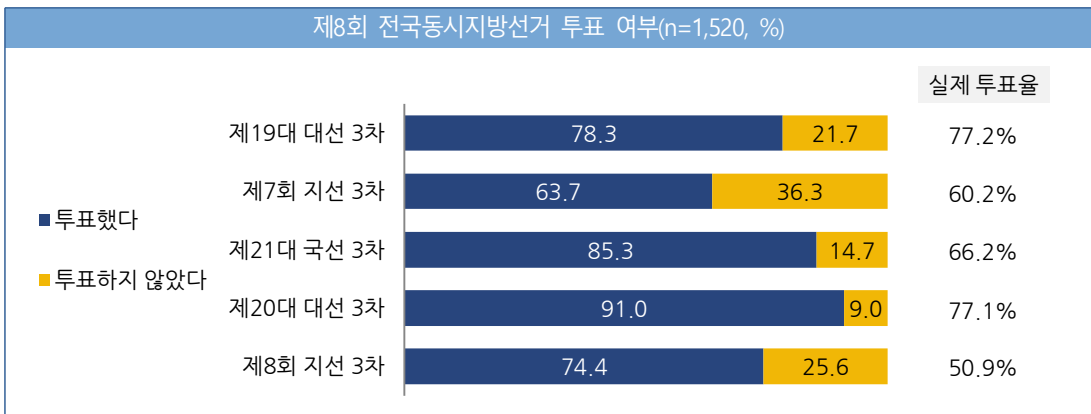
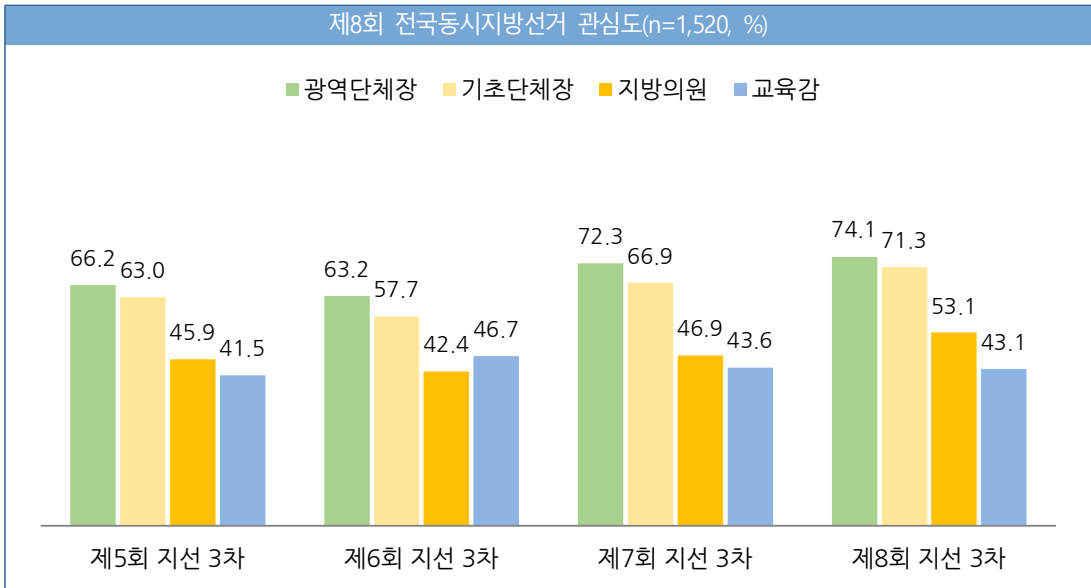


## Ⅱ 조사 결과 세부 요약

### 1. 제8회 전국동시지방선거 관심도 및 투표 참여 현황

- 이번 선거, ‘광역단체장’ 관심도 74.1%, ‘투표했다’ 74.4%(실제 투표율 50.9%)
  - 제5회 지선 이후 광역단체장·기초단체장·지방의원의 선거관심도가 가장 높았음
  - ‘투표했다’는 응답은 74.4%로 제5회 지선 이후 가장 높았으나, 실제 투표율은 50.9%로 제5회 지선 이후 가장 낮음

· 선거관심도는 광역단체장, 기초단체장, 지방의원, 교육감 순으로 나타남



## 2. 투표하지 않은 이유

### ● 투표하지 않은 가장 큰 이유는 '정치에 관심이 없어서'(29.8%)

- 제6회, 제7회 지선과 동일하게 '정치에 관심이 없어서' 응답 비중이 가장 높음
- '투표를 해도 바뀌는 것이 없어서'는 18.1%로 응답 비중이 두 번째로 높게 나타남

· '후보자에 대해 잘 몰라서', '흥미를 끌만한 정책이나 이슈가 없어서' 등의 응답이 제6회, 제7회 지선에 비해 높게 나타남



역대 선거 '비투표' 이유(%)	제6회 지선 3차	제7회 지선 3차	제21대 국선 3차	제20대 대선 3차	제8회 지선 3차
	n=649	n=545	n=221	n=135	n=389
정치에 관심이 없어서	29.4	32.7	32.7	25.5	29.8
투표를 해도 바뀌는 것이 없어서	15.9	14.9	16.0	7.4	18.1
개인적인 일·출근 등으로	26.2	27.9	16.9	16.8	17.5
마음에 드는 후보자가 없어서 <sup>주)</sup>	14.0	10.8	10.9	34.6	11.8
후보자에 대해 잘 몰라서	8.2	5.5	7.4	2.2	9.2
흥미를 끌만한 정책이나 이슈가 없어서	2.6	2.9	2.8	2.9	5.9
투표를 해도 당락에 영향을 미치지 못해서	2.0	3.9	2.2	0.8	4.9
상호비방, 돈 선거 등 선거운동에 실망해서	0.5	0.4	1.3	2.3	1.6
코로나19 때문에 불안해서	-	-	7.3	3.8	1.3
기타	1.2	1.0	2.6	3.7	0.0

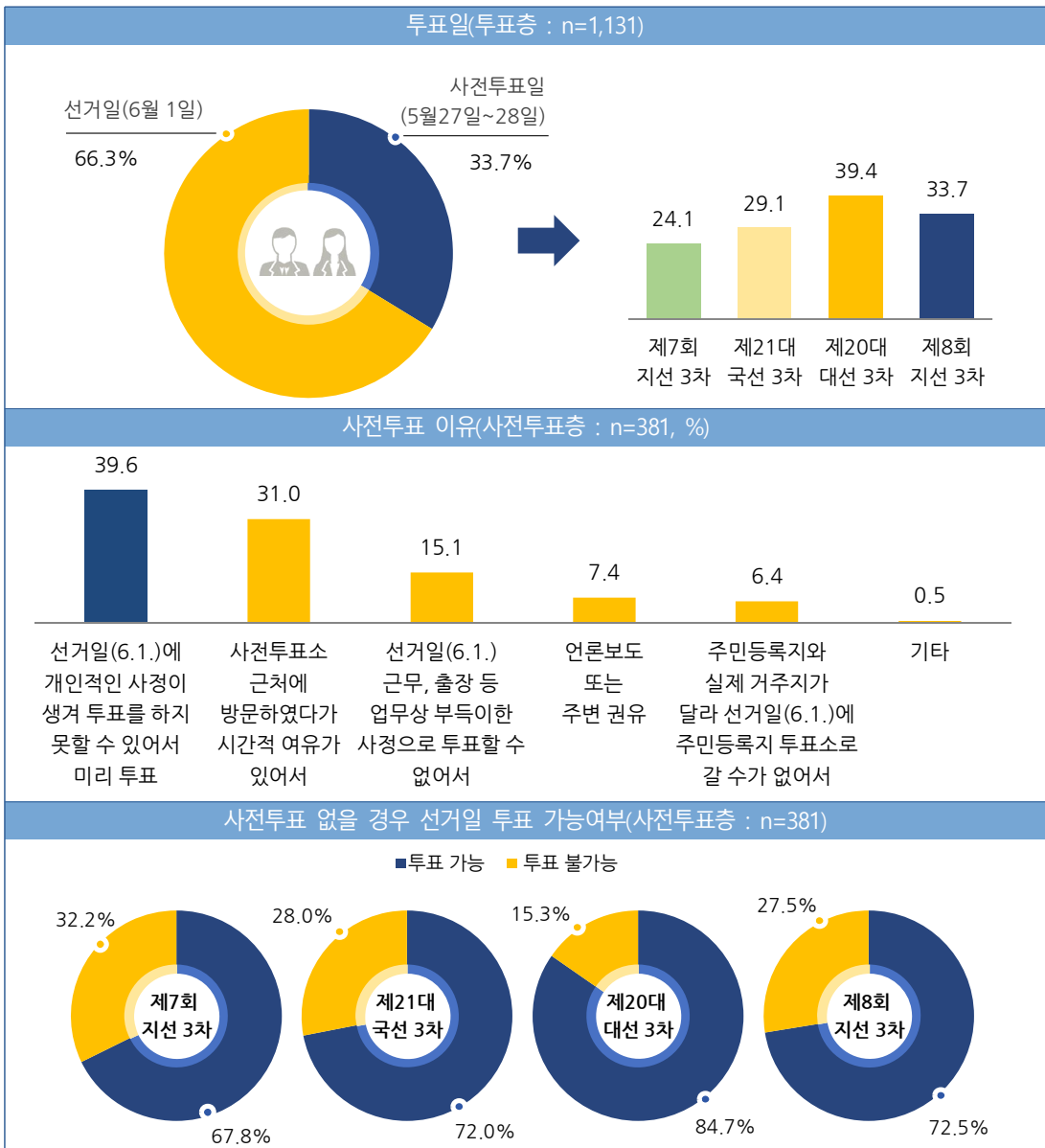
주) 제6회 지선에서는 '찍고 싶은 후보자가 없어서'로 보기 제시

### 3. 투표일 / 사전투표 현황

● 투표자 3명 중 1명은 사전투표일에 투표(33.7%)

- 사전투표 이유로는 '선거일에 개인적인 사정이 생겨 투표를 하지 못할 수 있어서', '사전투표소 근처에 방문하였다가 시간적 여유가 있어서'가 많이 응답됨
- 사전투표자 중 사전투표가 없을 경우, '투표할 수 없었다'는 응답은 27.5%로, 제7회 지선(32.2%), 제21대 국선(28.0%)보다 낮으나 제20대 대선(15.3%)보다 높음

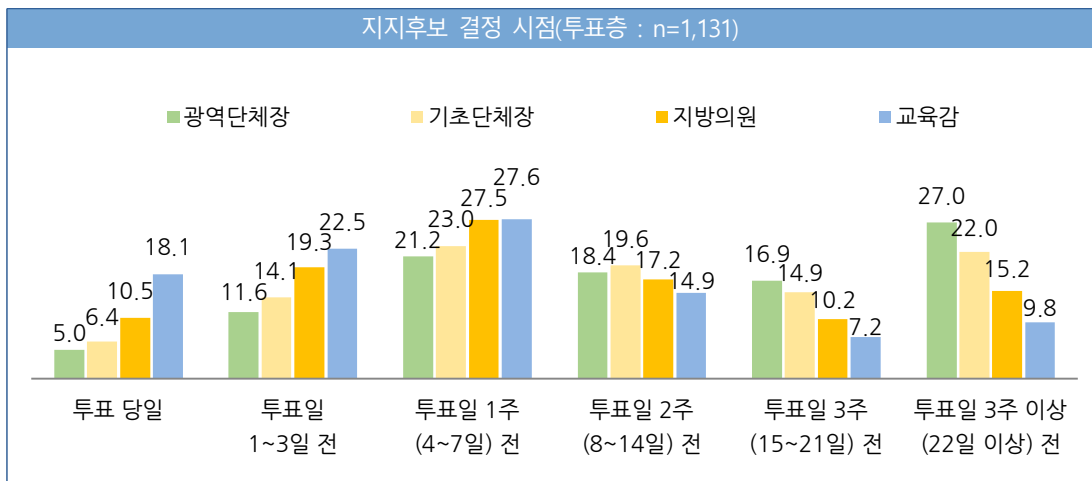
· '선거일에 사정이 생길 수 있어서'(39.6%)가 주된 사전투표 이유로 응답됨



#### 4. 지지후보 결정 시점 / 지지후보 선택 시 고려사항

- 투표자의 과반수가 광역단체장과 기초단체장은 투표일 1주 이상 전(8일 이상)에 지지후보를 결정하지만, 지방의원과 교육감은 과반수가 투표일 1주 전(투표일~7일)에 지지후보를 결정

- 광역단체장은 '투표일 3주 이상(22일 이상) 전'(27.0%), 기초단체장·지방의원·교육감은 '투표일 1주(4~7일) 전'에 결정한 경우가 가장 많음
- 지지후보 선택 시 '정책·공약' 고려 29.4%로 가장 많고, 이어 '소속 정당'(26.5%), '인물·능력·도덕성'(25.9%) 순
- 비례대표 의원선거 정당 선택 시 이전 지선과 마찬가지로 '정당의 정견·정책'을 고려한 비율이 가장 높음(38.4%)



지지후보 선택 시 고려사항 (투표층 : n=1,131)	제6회 지선 3차	제7회 지선 3차	제21대 국선 3차	제20대 대선 3차	제8회 지선 3차
	(n=851)	(n=955)	(n=1,279)	(n=1,377)	(n=1,131)
정책·공약	26.4	24.9	20.7	31.5	29.4
소속 정당	28.7	33.7	41.9	26.3	26.5
인물·능력·도덕성	35.7	33.9	24.6	26.0	25.9
가족 지인 등 주변 사람들의 평가 <sup>주)</sup>	4.2	3.5	7.0	5.4	7.0
정치 경력	3.1	2.3	3.4	5.1	4.4
언론 등 평가	-	-	-	2.9	3.7
개인적 연고, 학연, 지연 등	0.7	0.4	0.8	0.2	1.2
인터넷, SNS 및 온라인 커뮤니티 평가	-	-	-	1.7	1.0
출신 지역	1.2	1.2	1.3	0.9	0.8
기타	0.0	0.1	0.3	0.1	0.1

주) 제6회 지선~제21대 국선에서는 '주위의 평가'라고 보기 제시



비례대표의원선거 정당선택 시 고려사항(투표층 : n=1,131)	제5회 지선 3차	제6회 지선 3차	제7회 지선 3차	제8회 지선 3차
	(n=880)	(n=851)	(n=955)	(n=1,131)
정당의 정견·정책	38.9	43.2	40.4	38.4
지지한 광역·기초후보와 같은 정당	6.3	8.5	15.4	28.1
비례대표 후보자의 인물 능력	-	-	22.6	19.3
정당의 이념	-	-	21.4	14.1
종전부터 선호하였던 정당	40.2	35.4	-	-
지역적 지지 기반을 가진 정당	14.0	12.9	-	-
기타	0.6	0.0	0.2	0.2



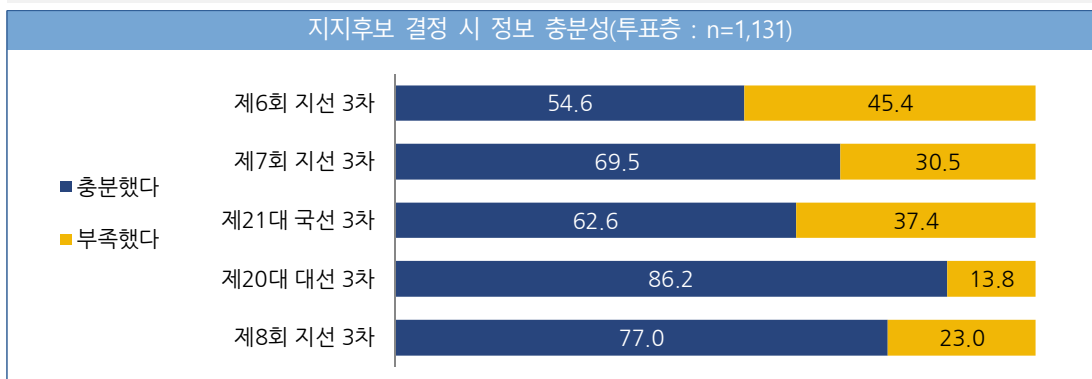
## 5. 지지후보 결정 시 정보 충분성

### ● 지지후보 결정 시 정보 '충분했다' 77.0%

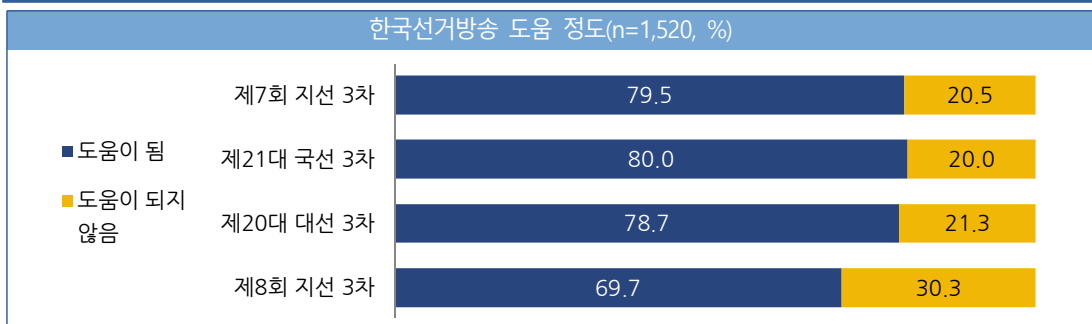
→ '충분했다' 응답 지난 지선 대비 7.5%p 증가

### ● 정보 획득에 도움이 된 매체로 광역단체장과 기초단체장, 교육감은 'TV·신문 등 언론의 보도·기사'가 가장 높았으며, 지방의원의 경우 '후보자의 홍보물(선거공보, 선거벽보, 현수막 등)'이 가장 높게 나타남

· 선거관리위원회의 한국선거방송이 '도움된다'는 응답은 69.7%(매우 도움이 되었다: 4.1% + 어느 정도 도움이 되었다: 65.6%)로 지난 지선에 비해 9.8%p 하락



지지후보 선택에 도움이 된 정보 획득 경로 1순위(투표층 : n=1,131)	광역단체장		기초단체장		지방의원		교육감	
	제7회 지선	제8회 지선	제7회 지선	제8회 지선	제7회 지선	제8회 지선	제7회 지선	제8회 지선
TV·신문 등 언론의 보도·기사	34.5	27.1	26.0	22.6	22.7	17.7	22.5	22.4
TV대담·토론회 및 방송연설	20.5	19.7	18.5	16.2	17.0	10.7	16.2	11.2
가족·지인과의 대화	20.9	16.5	28.1	20.8	26.4	22.7	25.4	22.1
후보자의 홍보물(선거공보, 선거벽보, 현수막 등)	16.8	13.5	20.1	15.8	23.4	23.1	24.7	22.3
후보자 등의 거리연설·대담	4.4	9.7	4.8	10.4	7.3	9.7	7.0	6.1
인터넷, SNS 및 온라인 커뮤니티	-	3.9	-	3.5	-	4.3	-	3.2
후보자의 전화, 문자 선거운동	0.7	3.8	0.4	5.2	1.4	5.9	0.5	5.4
후보자의 인터넷·SNS 선거운동	1.6	2.9	1.9	4.0	1.7	4.2	3.1	4.8
선거관리위원회 홈페이지	0.3	2.5	0.2	1.5	0.1	1.6	0.2	2.2
기타	0.3	0.4	0.0	0.1	0.0	0.1	0.4	0.2

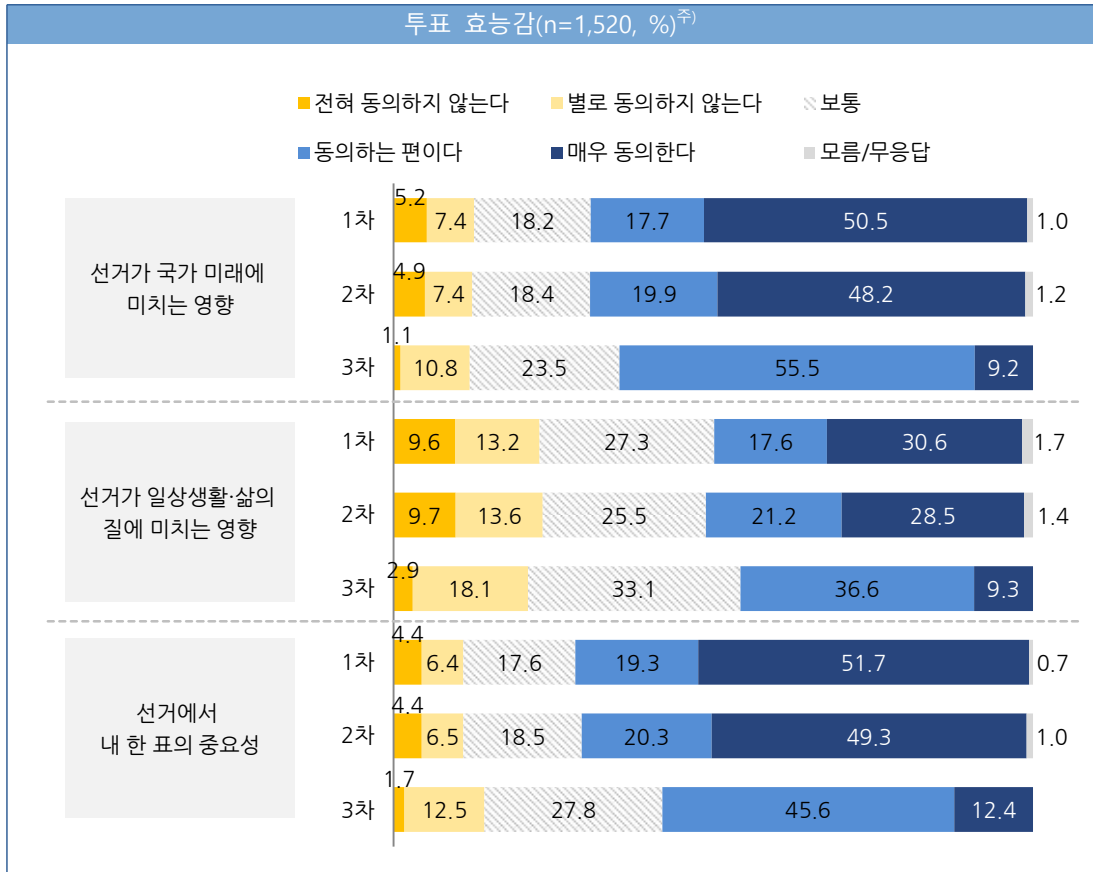




## 6. 투표 효능감

### ● 투표 효능감 3가지 항목 모두 제7회 전국동시지방선거 대비 약간 상승함

- 투표 효능감 동의 비율은 전 항목에서 제8회 지선 1차, 2차 조사 대비 낮게 나타났으나, 제7회 지선 3차 조사 대비 약간 증가함
- ‘선거가 국가 미래에 미치는 영향’은 지난 지선 대비 6.6%p 증가하였으나, ‘선거가 일상생활·삶의 질에 미치는 영향’은 1.3%p, ‘선거에서 내 한 표의 중요성’은 0.6%p 증가



\*) 3차 면접조사 설문지 보기에는 '모름/무응답'이 없음

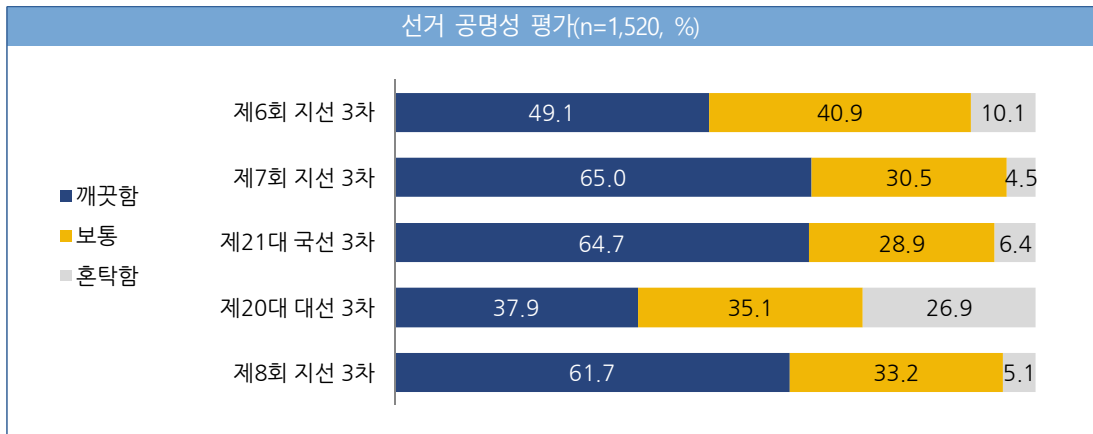
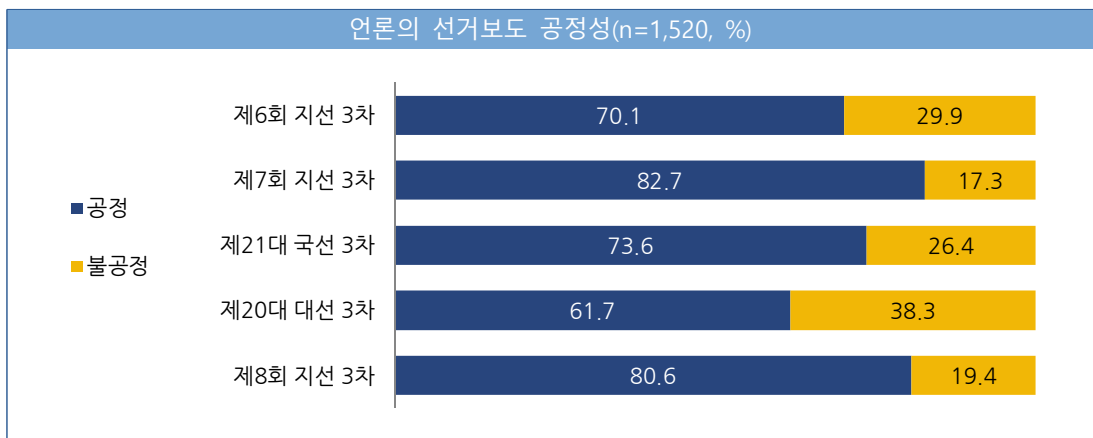
투표 효능감 '동의' (%)	제7회 지선 3차	제21대 국선 3차	제20대 대선 3차	제8회 지선 3차
선거가 국가 미래에 미치는 영향	58.1	69.9	74.0	64.7
선거가 일상생활·삶의 질에 미치는 영향	44.5	50.2	58.5	45.8
선거에서 내 한 표의 중요성	57.4	68.6	72.6	58.0

## 7. 선거 공명성 평가

● 언론보도 '공정했다' 80.6%, 이번 선거 '깨끗했다' 61.7%

→ 언론 보도 '공정했다', 이번 선거 '깨끗했다'는 응답 제7회 지선 대비 다소 감소

- 언론보도의 공정성에 대해 80.6%의 응답자가 긍정적으로 평가하였음('매우 공정했다' 4.9%, '대체로 공정했다' 75.8%)
- 이번 전국동시지방선거의 공명한 정도에 대해서는 '매우 깨끗했다' 6.1%, '다소 깨끗했다' 55.6%로 유권자 5명 중 3명 정도(61.7%)가 공명성에 대해 긍정적으로 평가하였으며, 이는 제7회 지선(65.0%)보다 3.3%p 하락한 수치임. 다만 제20대 대선에 비해서는 23.8%p 상승하였음





## 8. 선거 공명성 평가 이유

- 공명성 긍정 평가 이유 ‘유권자들의 공명선거에 대한 의식 향상’, 부정 평가 이유 ‘정당·후보자의 상호비방·흑색선전’ 가장 많음

- 선거가 공명하다고 평가한 응답자들은 그 이유로 ‘유권자들의 공명선거에 대한 의식 향상’(1+2순위 기준 53.9%)을 가장 많이 선택한 가운데, 이어 ‘정당·후보자 및 선거운동원들의 선거법 준수’(43.3%), ‘선거관리위원회의 적극적인 홍보 및 감사·단속’(34.2%) 순으로 나타남
- 선거가 공명하지 않다고 평가한 이유로는 ‘정당·후보자의 상호비방·흑색선전’(1+2순위 기준 71.1%)을 가장 많이 선택한 가운데, 이어 ‘언론기관의 불공정한 보도’(69.6%), ‘선거관리위원회의 소극적인 홍보 및 예방·조사 활동’(22.7%) 순으로 나타남

공명성 긍정 평가 이유 (긍정 평가자 : n=938, %)	제6회 지선 3차		제7회 지선 3차		제21대 국선 3차		제20대 대선 3차		제8회 지선 3차	
	1순위	1+2 순위	1순위	1+2 순위	1순위	1+2 순위	1순위	1+2 순위	1순위	1+2 순위
유권자들의 공명선거에 대한 의식 향상	39.8	68.3	45.7	68.5	44.9	65.3	33.1	56.4	31.0	53.9
정당·후보자 및 선거운동원들의 선거법 준수	33.0	48.4	32.6	52.7	18.9	39.7	19.5	38.5	23.5	43.3
선거관리위원회의 적극적인 홍보 및 감사·단속	15.9	38.5	10.6	28.7	10.8	31.7	13.7	31.8	15.0	34.2
언론의 공정한 보도	2.7	8.3	3.5	10.3	8.7	17.8	14.3	26.6	10.4	21.0
검찰·경찰의 선거사범에 대한 공정하고 적극적인 단속	3.8	14.8	4.2	12.7	5.6	14.1	6.4	17.8	9.3	20.2
시민·사회단체의 감시활동	3.0	13.7	1.8	8.0	7.5	17.9	7.0	15.3	5.4	15.0
공무원들의 선거개입 감소	1.8	7.3	1.3	5.5	3.3	8.9	5.8	13.2	5.4	12.4
기타	0.0	0.0	0.3	0.3	0.3	0.5	0.2	0.2	0.0	0.0

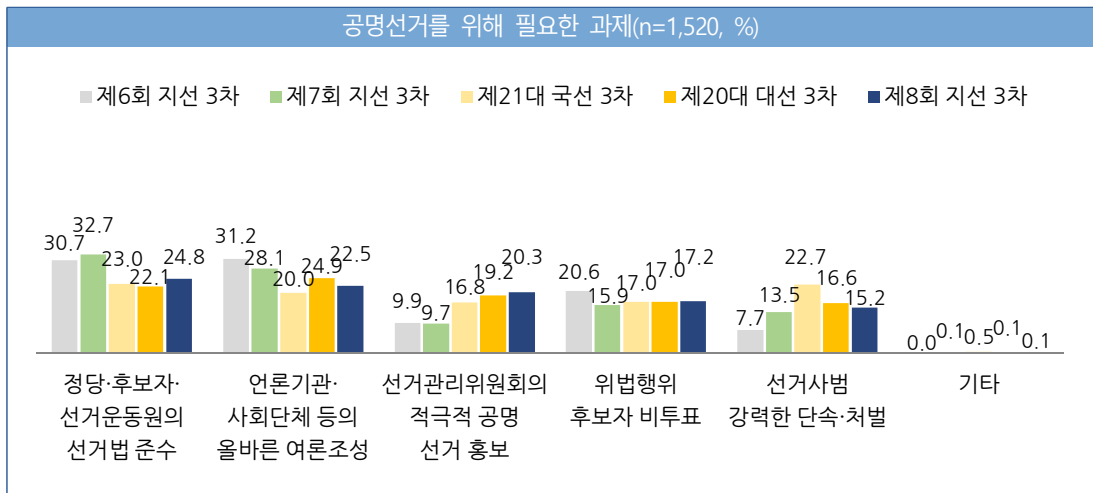
공명성 부정 평가 이유 (부정평가자 : n=78, %)	제6회 지선 3차		제7회 지선 3차		제21대 국선 3차		제20대 대선 3차		제8회 지선 3차	
	1순위	1+2 순위	1순위	1+2 순위	1순위	1+2 순위	1순위	1+2 순위	1순위	1+2 순위
정당·후보자의 상호비방·흑색선전	63.6	83.4	42.6	60.3	30.5	49.3	56.8	76.3	40.1	71.1
언론기관의 불공정한 보도	10.6	38.4	27.9	57.4	35.9	58.2	22.3	58.6	42.4	69.6
선거관리위원회의 소극적인 홍보 및 예방·조사 활동	4.0	15.2	1.5	13.2	12.1	26.7	6.1	23.6	11.5	22.7
검찰·경찰의 소극적이고 편파적인 단속·처리	4.6	12.6	10.3	16.2	6.8	17.6	4.9	20.7	4.7	19.9
공무원들의 선거개입	0.7	4.6	4.4	8.8	2.9	13.6	7.0	11.9	1.4	6.4
후보자 팬클럽, 산악회 등 사조직 개입	4.0	17.9	2.9	7.4	2.0	6.1	1.2	4.0	0.0	6.2
후보자들의 금품 제공과 유권자들의 금품수수 <sup>주)</sup>	11.3	21.2	8.8	13.2	6.9	9.9	1.0	3.0	0.0	4.2
기타	1.4	4.1	1.6	2.9	3.0	6.0	0.7	1.5	0.0	0.0

주) 제6회 지선 3차에서는 ‘정당·후보자의 금품·향응제공 때문에’, ‘유권자들의 금품·향응 요구행위 때문에’로 항목이 구분되어 있어 두 수치를 합산하였음

## 9. 공명선거를 위해 필요한 과제

- 공명선거를 위해 필요한 과제는 '정당·후보자·선거운동원의 선거법 준수'(24.8%)와 '언론기관·사회단체 등의 올바른 여론조성'(22.5%)

- '정당·후보자·선거운동원의 선거법 준수'와 '언론기관·사회단체 등의 올바른 여론조성'의 필요성은 제7회 지선 대비 하락한 반면, '선관위의 적극적 공명선거 홍보'는 제7회 지선 이후 증가 추세 보임



공명선거를 위해 필요한 과제	제6회 지선 3차	제7회 지선 3차	제21대 국선 3차	제20대 대선 3차	제8회 지선 3차
정당·후보자·선거운동원의 선거법 준수	30.7	32.7	23.0	22.1	24.8
언론기관·사회단체 등의 올바른 여론조성	31.2	28.1	20.0	24.9	22.5
선거관리위원회의 적극적 공명선거홍보	9.9	9.7	16.8	19.2	20.3
위법행위 후보자 비투표	20.6	15.9	17.0	17.0	17.2
선거사범 강력한 단속·처벌	7.7	13.5	22.7	16.6	15.2
기타	0.0	0.1	0.5	0.1	0.1



## 10. 불법 선거운동 경험 및 대응

- 경험한 불법 선거운동은 ‘후보자간 인신공격·비방·흑색선전’이 8.0%로 가장 많음
  - 기타 불법 선거 운동 경험은 5% 미만으로 낮은 수준
  - 불법 선거운동 경험자 대부분 ‘아무 행동도 취하지 않음’

- 이번 선거에서 경험한 불법 선거운동을 조사한 결과, ‘후보자간 인신공격·비방·흑색선전’이 8.0%로 가장 많았으나, 제7회 지선(25.9%) 대비 감소
- 그 외의 불법 선거운동 경험률은 5% 미만으로 낮게 나타남

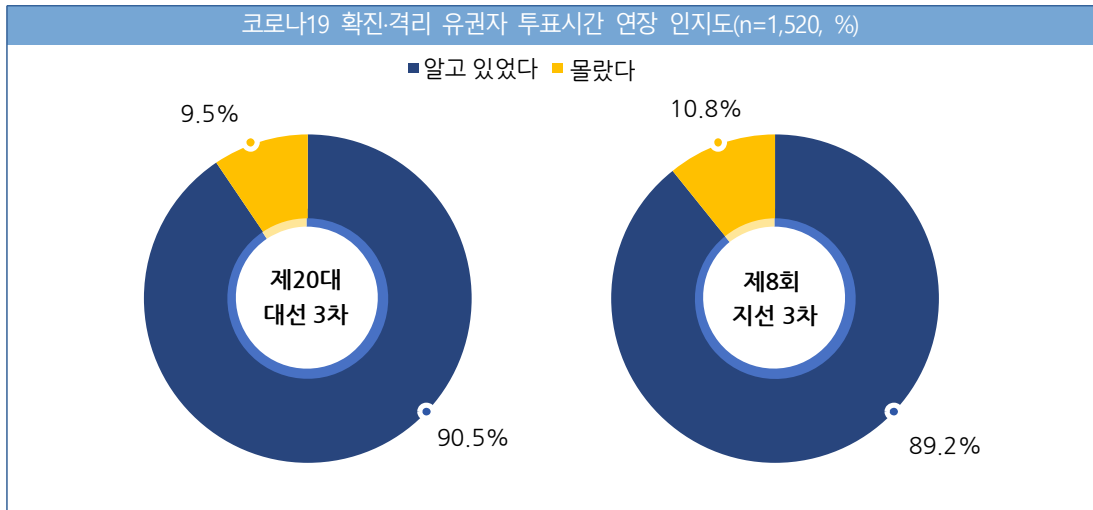
불법 선거운동 경험 '있음'(n=1,520, %)	제6회 지선 3차	제7회 지선 3차	제21대 국선 3차	제20대 대선 3차	제8회 지선 3차
후보자간 인신공격·비방·흑색선전 행위	16.5 (n=247)	25.9 (n=389)	11.9 (n=179)	22.1 (n=334)	8.0 (n=122)
향우회, 동창회, 종친회, 종교단체 등에서 누구를 찍어주자고 하는 행위	6.6 (n=99)	3.6 (n=54)	2.5 (n=37)	6.9 (n=104)	3.6 (n=55)
팬클럽, 산악회, 포럼 등 사조직의 선거운동 관여행위	3.3 (n=50)	2.8 (n=42)	1.2 (n=17)	3.9 (n=58)	2.3 (n=35)
돈을 받고 정당과 선거행사에 참여하는 일	1.0 (n=15)	1.1 (n=17)	0.5 (n=8)	0.7 (n=10)	0.4 (n=7)
공무원, 통·리·반장의 선거운동 행위	0.9 (n=13)	1.5 (n=23)	0.5 (n=8)	0.8 (n=11)	0.3 (n=4)
금품·음식물·선심관광 등을 주고받는 행위	0.5 (n=8)	1.3 (n=19)	0.1 (n=1)	0.2 (n=3)	0.2 (n=3)

불법선거운동 대응 방식		제6회 지선 3차	제7회 지선 3차	제21대 국선 3차	제20대 대선 3차	제8회 지선 3차
후보자간 인신공격· 비방·흑색선전 행위	사례수	247	389	179	334	122
	아무 행동도 취하지 않았다	95.5	89.2	88.2	89.3	89.6
	SNS 및 주변에 공유	1.2	1.3	5.9	7.7	8.8
	시민·사회단체에 신고	0.4	0.8	0.6	0.3	3.2
	항의 및 제지	0.4	1.5	1.7	1.7	1.5
	선거관리위원회에 신고	2.0	4.9	0.6	1.2	1.5
	경찰·검찰에 신고	0.4	1.0	2.2	0.0	0.7
	기타	0.0	1.3	2.1	0.0	0.0
향우회, 동창회, 종친회, 종교단체 등에서 누구를 찍어주자고 하는 행위	사례수	99	54	37	104	55
	아무 행동도 취하지 않았다	96.0	87.0	97.3	90.1	79.7
	항의 및 제지	2.0	3.7	2.7	4.0	11.0
	SNS 및 주변에 공유	0.0	3.7	0.0	4.9	9.4
	경찰·검찰에 신고	1.0	1.9	0.0	0.9	0.0
	선거관리위원회에 신고	1.0	1.9	0.0	0.0	0.0
	시민·사회단체에 신고	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0
	기타	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
팬클럽, 산악회, 포럼 등 사조직의 선거운동 관여행위	사례수	50	42	17	58	35
	아무 행동도 취하지 않았다	96.0	81.0	83.1	86.2	94.3
	SNS 및 주변에 공유	0.0	2.3	5.7	8.7	2.9
	항의 및 제지	2.0	7.1	5.4	5.2	2.7
	경찰·검찰에 신고	0.0	2.4	0.0	1.7	0.0
	선거관리위원회에 신고	2.0	4.8	5.7	0.0	0.0
	시민·사회단체에 신고	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0
	기타	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
돈을 받고 정당과 선거행사에 참여하는 일	사례수	15	17	8	10	7
	아무 행동도 취하지 않았다	93.3	82.4	100.0	100.0	100.0
	SNS 및 주변에 공유	0.0	5.8	0.0	0.0	0.0
	항의 및 제지	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0
	경찰·검찰에 신고	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	선거관리위원회에 신고	6.7	5.9	0.0	0.0	0.0
	시민·사회단체에 신고	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
금품·음식물·선심관광 등을 주고받는 행위	사례수	8	19	1	3	3
	아무 행동도 취하지 않았다	87.5	78.9	100.0	100.0	64.0
	항의 및 제지	0.0	10.5	0.0	0.0	36.0
	SNS 및 주변에 공유	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	경찰·검찰에 신고	0.0	5.3	0.0	0.0	0.0
	선거관리위원회에 신고	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	시민·사회단체에 신고	0.0	5.3	0.0	0.0	0.0
	기타	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
공무원, 통·리·반장의 선거운동 행위	사례수	13	23	8	11	4
	아무 행동도 취하지 않았다	84.6	87.0	100.0	100.0	100.0
	SNS 및 주변에 공유	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	항의 및 제지	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	경찰·검찰에 신고	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0
	선거관리위원회에 신고	15.4	0.0	0.0	0.0	0.0
	시민·사회단체에 신고	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0
	기타	0.0	4.4	0.0	0.0	0.0

## 11. 코로나19 확진·격리 유권자 투표시간 연장 인지도

- 코로나19 확진·격리 유권자의 투표시간 연장(사전투표일(토): 오후 6시 30분부터 오후 8시, 투표일: 오후 6시 30분부터 오후 7시 30분)에 대해 ‘알고 있었다’ 89.2%로 유권자 10명 중 9명 정도 인지

· 코로나19 확진·격리 유권자의 투표시간 연장에 대해 ‘알고 있었다’는 응답은 제20대 대선과 유사한 수준(1.3%p 감소)

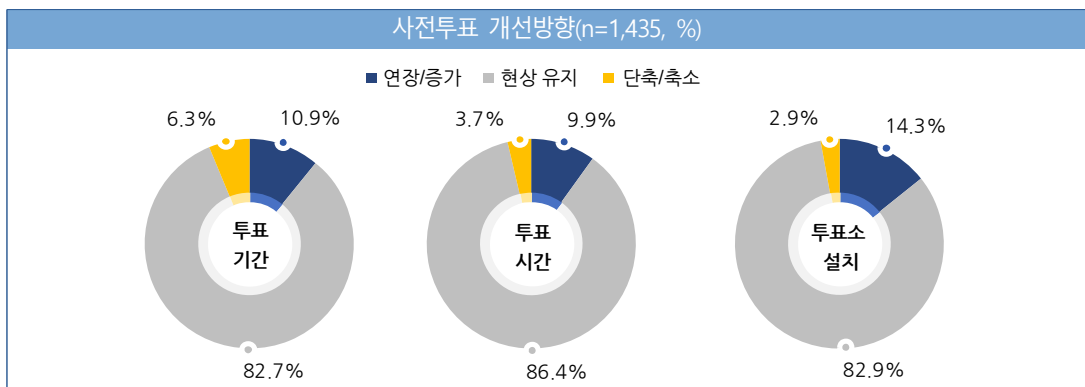
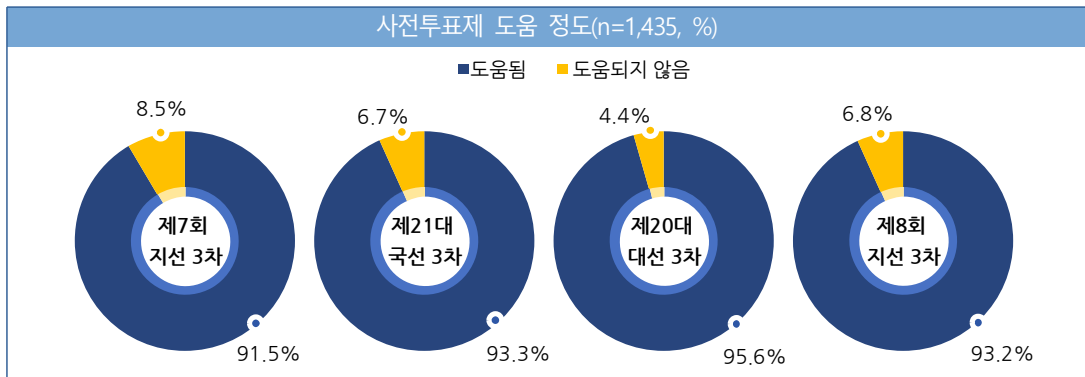
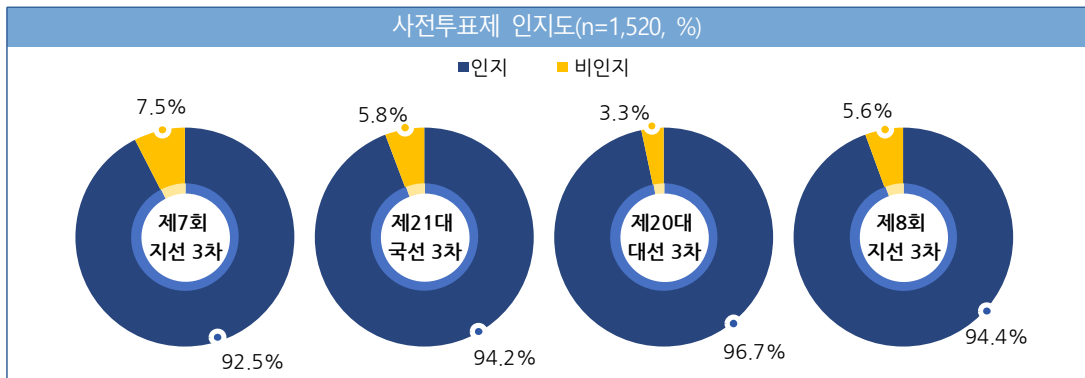




## 12. 사전투표제 관련 인식

- 응답자 10명 중 9명, 사전투표제 ‘알고 있다’(94.4%), ‘도움 된다’(93.2%)
- 응답자 10명 중 8명, 사전투표제는 ‘현재의 제도를 유지해야 한다’고 응답

- 사전투표제를 ‘알고 있다’는 응답은 94.4%로, 지난 제7회 지방선거와 비슷한 수준으로 나타남
- 사전투표제 개선방향 중 ‘현상 유지’ 응답은 투표 기간 82.7%, 투표 시간 86.4%, 투표소 설치 82.9%로 나타남



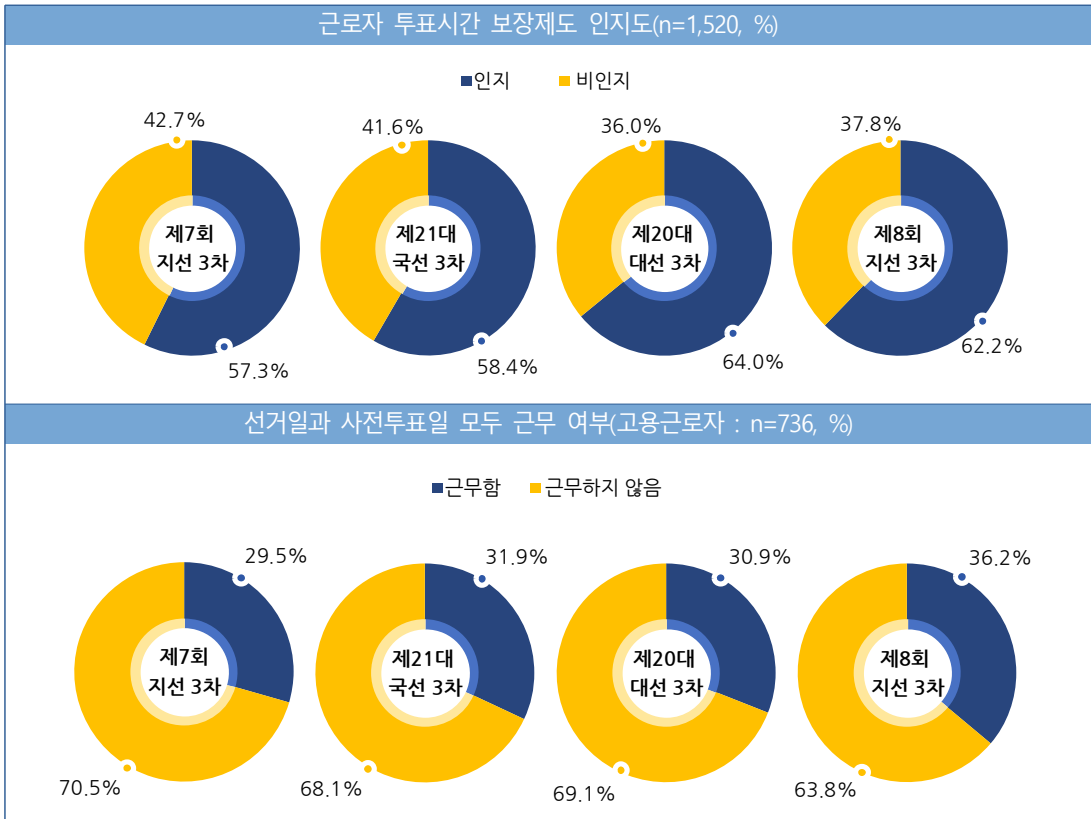


### 13. 근로자 투표시간 보장제도 인식

#### ● 근로자의 투표시간 보장제도 인지도 62.2%

→ 근로자의 투표시간이 법적으로 보장된다는 사실에 대해 '알고 있었다'는 응답은 62.2%로, 제7회 지선 대비 4.9%p 증가함

· 고용근로 중인 응답자 736명 중 36.2%가 사전투표일과 선거일 모두 근무했다고 응답함. 이 중 12.3%는 고용주가 투표시간을 '보장해주지 않았다'고 응답했으나, 고용주를 신고하지는 않은 것으로 나타남



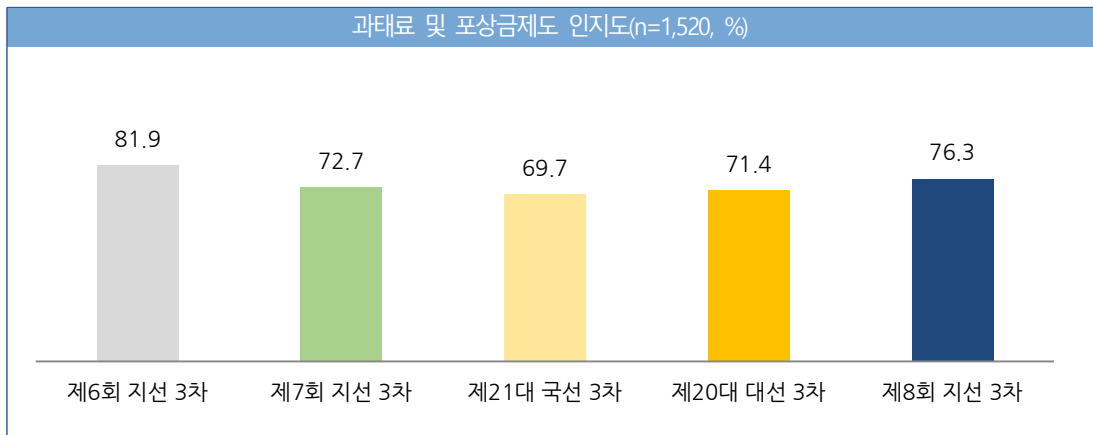
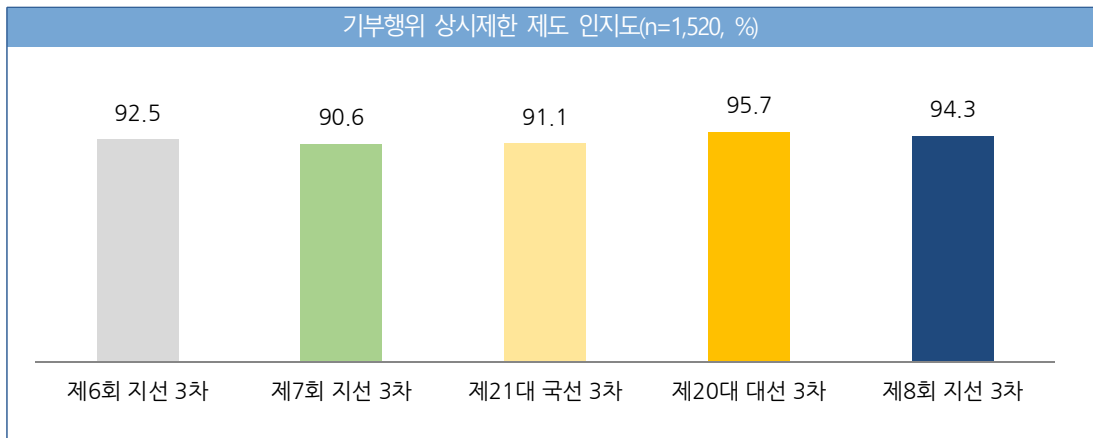
구분	선거일과 사전투표일 모두 근무 여부(고용근로자 : n=736, %)						
	근무하지 않음	근무함	근로자 투표시간 보장 여부(투표일 근무자 : n=266)			투표시간 비보장 응답자 신고 (비보장 응답자 : n=33)	
			적극적 보장	형식적으로 보장	보장해주지 않음	신고함	신고하지 않음
제7회 지선	70.5	29.5	49.2	36.8	14.0	2.3	97.7
제8회 지선	63.8	36.2	42.8	44.9	12.3	-	100.0

주) 고용근로자 736명은 “문 20) ○○님께서서는 다른 사람에게 고용된 사람으로서, 사전투표일(5월 27일, 28일)과 선거일(6월 1일) 모두 근무하셨습니다가?”에서 “1. 근무했다”, “2. 근무하지 않았다” 응답비중의 합과 전체 응답자 수를 곱하여 산출한 값임. (단, “3. 고용된 사람 아님” 응답자는 제외)

## 14. 기타 선거제도 인식

- 기부행위 상시제한 제도 ‘인지(잘 알고 있다+들어본 적은 있다)’ 94.3%, 과태료 및 포상금제도 ‘인지(잘 알고 있다+들어본 적은 있다)’ 76.3%

- 대부분의 유권자가 기부행위 상시제한 제도를 알고 있는 것으로 나타남
- 과태료 및 포상금제도 인지도는 기부행위 상시제한 제도 대비 낮지만(‘몰랐다’, 23.7%), 제도 인지자 대부분이 포상제도에 대해 ‘효과 있다’고 평가함(90.3%)

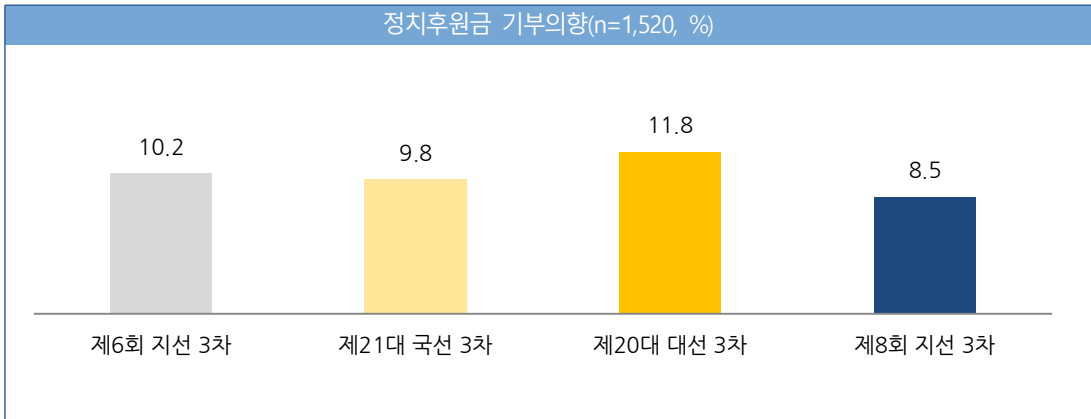


과태료 및 포상금제도 효과성 (제도 인지층 : n=1,160, %)	효과성	
	효과 있다	효과 없다
제7회 지선 3차	92.2	7.8
제21대 국선 3차	93.3	6.7
제20대 대선 3차	92.3	7.7
제8회 지선 3차	90.3	9.7



● 정치후원금 기부의향 8.5%로, 제6회 지선 대비 낮게 나타남

- 지지하는 정치인이나 선거관리위원회에 정치후원금을 기부할 의향이 있는지 조사한 결과, 응답자의 8.5%가 '있다'고 응답하여, 제6회 지선보다 낮음
- 대부분의 연령대에서 기부의향이 10명 중 1명 수준인 가운데, 18-29세(4.5%)에서 특히 낮게 나타남



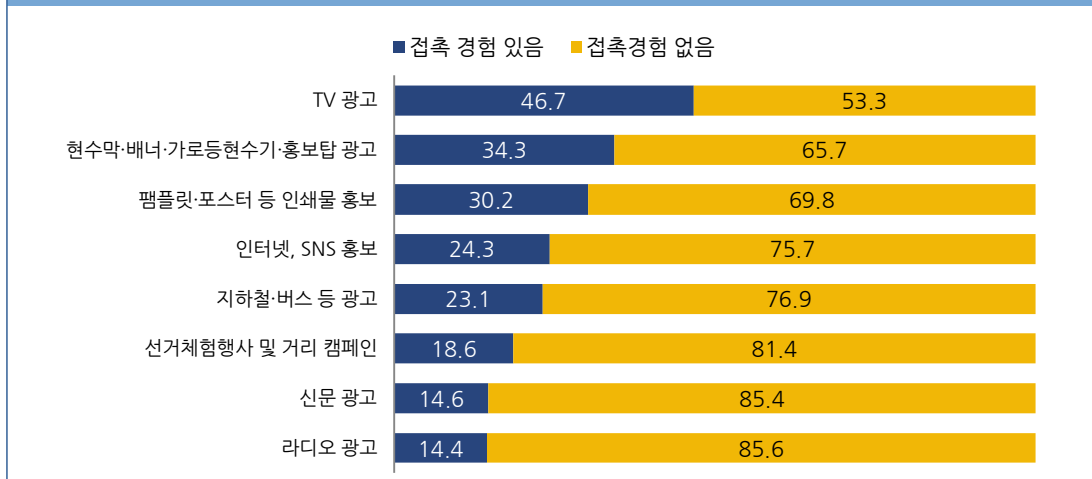
정치후원금 기부의향(n=1,520, %)	있다	없다
전체	8.5	91.5
18-29세	4.5	95.5
30대	7.7	92.3
40대	8.5	91.5
50대	12.4	87.6
60대	8.3	91.7
70세 이상	9.2	90.8

## 15. 선거관리위원회 홍보활동 평가

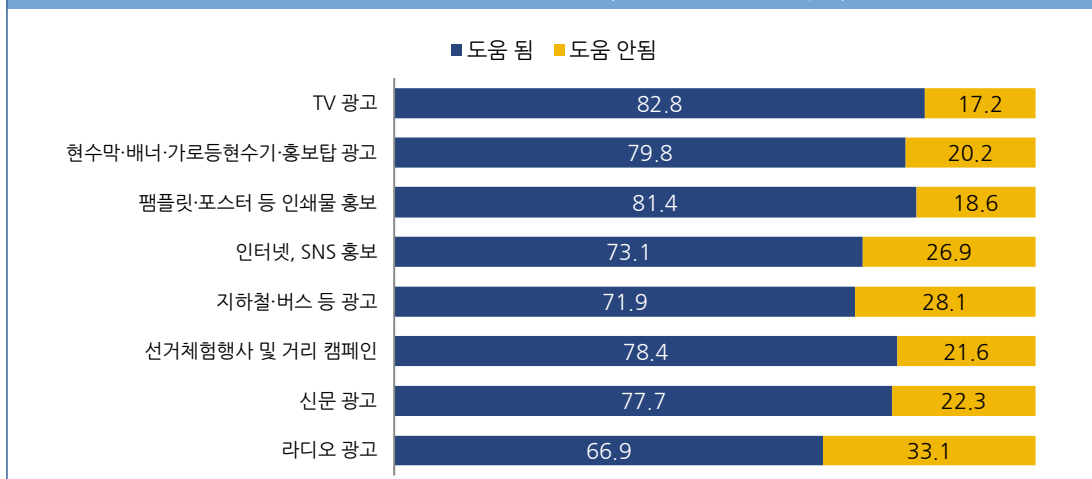
- 응답자의 46.7%가 선거관리위원회의 'TV광고' 접촉
- 선거관리위원회 홍보활동 경험자 대부분이 도움이 된다고 평가

- 선거관리위원회 홍보활동의 접촉 경험은 'TV 광고'가 46.7%로 가장 높았으며, 이어 '현수막·배너·가로등현수기·홍보탑 광고'(34.3%), '팸플릿·포스터 등 인쇄물 홍보'(30.2%), '인터넷, SNS 홍보'(24.3%) 순으로 나타남
- 제7회 지선과 비교시 인터넷, SNS 홍보를 제외한 모든 홍보활동의 접촉경험률이 낮아짐
- '라디오 광고'를 제외한 모든 홍보활동에 '도움이 됨' 응답이 70% 이상으로 평가되며, 특히 'TV 광고'(82.8%)와 '팸플릿·포스터 등 인쇄물 홍보'(81.4%)가 가장 높게 나타남

선거관리위원회 홍보활동 접촉 여부(n=1,520, %)



선거관리위원회 홍보활동 도움 여부(홍보물 접촉 경험자, %)





선거관리위원회 홍보활동 접촉 경험(n=1,520, %)	제6회 지선 3차	제7회 지선 3차	제21대 국선 3차	제20대 대선 3차	제8회 지선 3차
TV광고	82.4	69.2	77.8	56.4	46.7
현수막·배너·가로등현수기·홍보탑 광고	82.3	59.7	52.2	50.6	34.3
팸플릿·포스터 등 인쇄물 홍보	66.8	45.9	46.1	42.9	30.2
인터넷, SNS 홍보	30.7	23.5	29.6	27.1	24.3
지하철·버스 등 광고	34.1	37.9	35.1	32.2	23.1
선거체험행사 및 거리 캠페인	56.1	33.9	19.3	19.6	18.6
신문광고	31.9	25.9	27.5	18.9	14.6
라디오광고	21.3	35.3	21.2	17.1	14.4

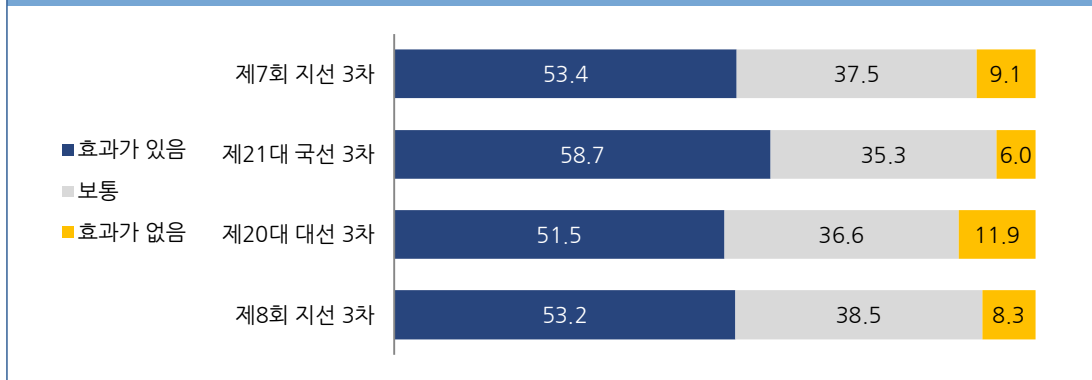
선거관리위원회 홍보활동 '접촉 경험 있다' (%)	TV 광고	현수막· 배너· 가로등 현수기· 홍보탑 광고	팸플릿· 포스터 등 인쇄물 홍보	인터넷 SNS 홍보	지하철· 버스 등 광고	선거체 험행사 및 거리 캠페인	신문 광고	라디오 광고
전체(n=1,520)	46.7	34.3	30.2	24.3	23.1	18.6	14.6	14.4
투표자(n=1,131)	50.9	37.3	34.4	24.6	23.2	19.8	16.7	14.8
비투표자(n=389)	34.4	25.6	17.9	23.3	22.8	14.8	8.7	13.4

선거관리위원회 홍보활동 도움 정도 (홍보물 접촉 경험자, %)	제6회 지선 3차	제7회 지선 3차	제21대 국선 3차	제20대 대선 3차	제8회 지선 3차
TV광고	83.2	84.8	87.4	80.4	82.8
현수막·배너·가로등현수기·홍보탑 광고	72.9	81.3	81.3	77.9	79.8
팸플릿·포스터 등 인쇄물 홍보	76.3	83.6	87.0	82.3	81.4
인터넷, SNS 홍보	69.6	76.7	80.8	80.2	73.1
지하철·버스 등 광고	68.3	79.5	86.0	76.6	71.9
선거체험행사 및 거리 캠페인	73.0	84.3	86.0	79.7	78.4
신문광고	72.2	80.7	80.0	79.6	77.7
라디오광고	70.5	86.6	82.2	77.6	66.9

### ● 선거관리위원회 홍보활동 ‘효과 있음’ 53.2%

- 선거관리위원회 홍보활동이 ‘효과가 있음’이라는 응답은 53.2%로 제7회 지선(53.4%)과 유사한 수준
- 투표한 응답자 중 ‘효과가 있음’ 응답은 60.1%인 반면, 비투표자에서는 33.1%로 투표 여부에 따라 홍보효과에 대한 평가가 엇갈림

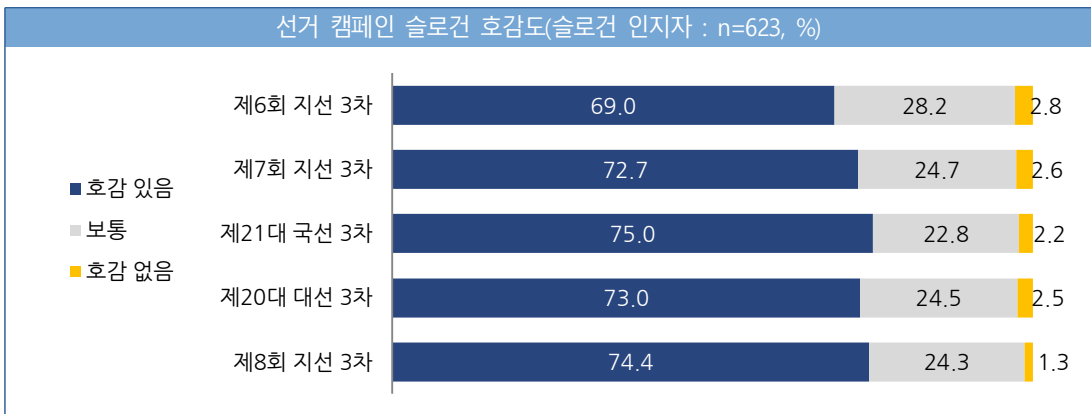
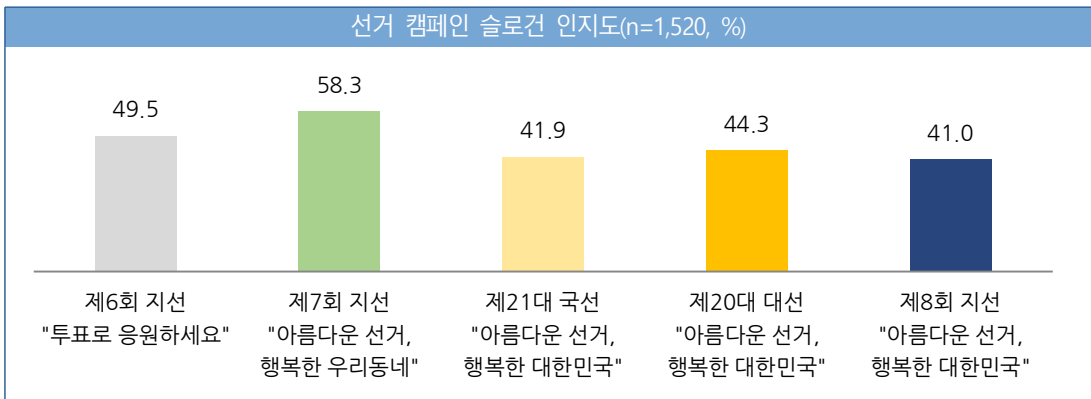
선거관리위원회 홍보활동의 공명선거 정착 및 투표율 제고 효과(n=1,520, %)



선거관리위원회 홍보활동의 공명선거 정착 및 투표율 제고 효과(n=1,520, %)	효과가 있음	보통	효과가 없음
전체(n=1,520)	53.2	38.5	8.3
투표자(n=1,131)	60.1	33.8	6.1
비투표자(n=389)	33.1	52.3	14.7

● 선거 캠페인 슬로건 인지도 41.0%, 호감도 74.4%

- 제8회 전국동시지방선거 슬로건인 '아름다운 선거, 행복한 대한민국'을 '알고 있다'는 응답자는 41.0%로, 지난 제7회 전국동시지방선거(58.3%), 제20대 대통령선거(44.3%) 대비 낮게 나타남
- 선거 캠페인 슬로건 인지자 4명 중 3명(74.4%)이 슬로건에 '호감이 간다'고 응답해 긍정적 인식이 지난 제20대 대선 대비 소폭 상승함

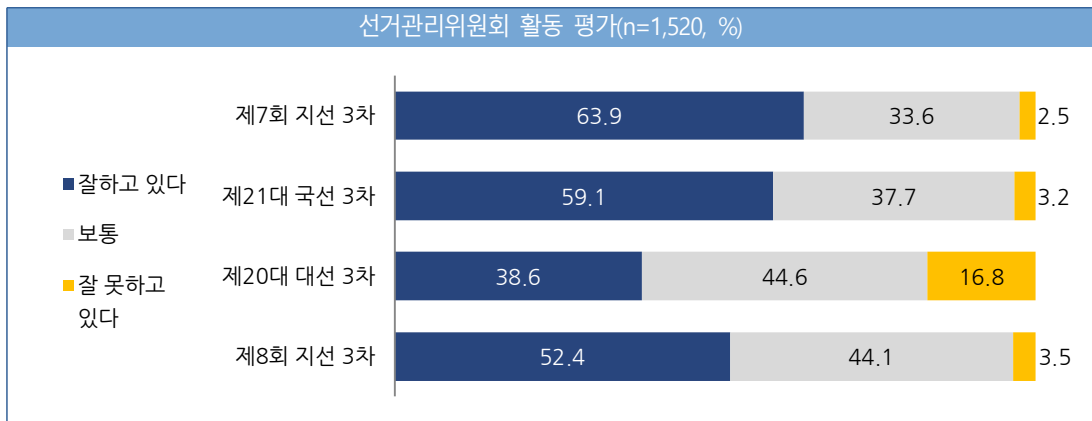




## 16. 선거관리위원회 활동 평가

- 선거관리위원회 활동 및 중립·공정성 긍정 평가 52.4%로 제20대 대선 대비 상승함  
→ 제7회 지선 이후 하락하던 긍정 평가가 반등하였음

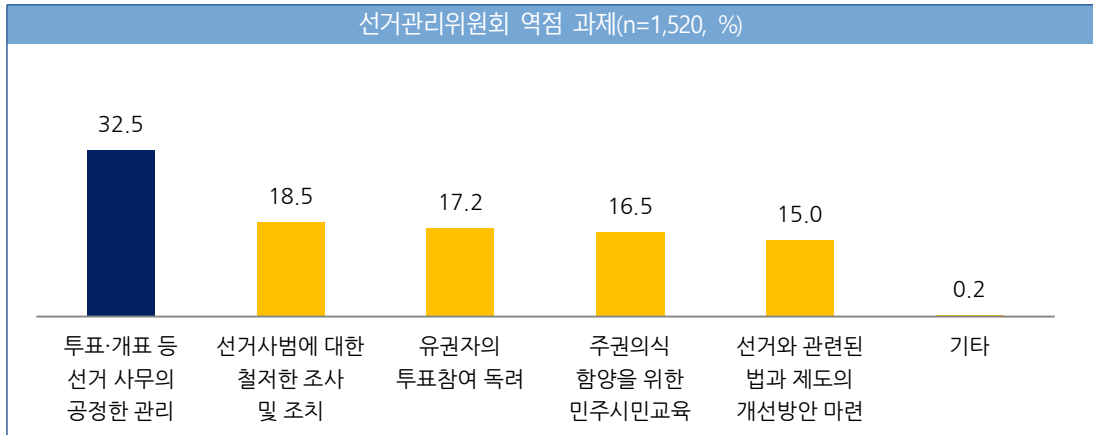
· 선거관리위원회가 정치적 중립성과 직무 수행 공정성 유지를 '잘하고 있다'는 응답은 52.4%(매우 잘하고 있다: 2.9% + 잘하고 있는 편이다: 49.5%)로 제20대 대선 대비 13.8%p 상승하였음





### ● 선거관리위원회 역점 과제는 ‘투표·개표 등 선거 사무의 공정한 관리’ 32.5%

- 선거관리위원회가 가장 역점을 두어야 할 과제로는 ‘투표·개표 등 선거 사무의 공정한 관리’가 32.5%로 가장 많이 응답된 가운데, 이어 ‘선거사범에 대한 철저한 조사 및 조치’(18.5%), ‘유권자의 투표 참여 독려’(17.2%) 순으로 응답이 많음
- ‘투표·개표 등 선거 사무의 공정한 관리’와 ‘선거사범에 대한 철저한 조사 및 조치’, ‘선거와 관련된 법과 제도의 개선방안 마련’ 응답은 제7회 지선 대비 증가한 반면, ‘유권자의 투표참여 독려’와 ‘주권의식 함양을 위한 민주시민교육’ 응답은 감소함



선거관리위원회 역점 과제(n=1,520, %)	제6회 지선 3차	제7회 지선 3차	제21대 국선 3차	제20대 대선 3차	제8회 지선 3차
투표·개표 등 선거 사무의 공정한 관리	22.7	24.0	29.4	39.4	32.5
선거사범에 대한 철저한 조사 및 조치 <sup>주)</sup>	28.8	15.1	22.4	16.3	18.5
유권자의 투표참여 독려	-	26.2	15.8	13.9	17.2
주권의식 함양을 위한 민주시민교육	-	28.2	16.7	12.8	16.5
선거와 관련된 법과 제도의 개선방안 마련	8.2	6.0	15.2	17.2	15.0
정치인의 선거법 위반 행위에 대한 예방활동	19.7	-	-	-	-
유권자의 올바른 주권 행사를 위한 홍보 활동	20.7	-	-	-	-
기타	-	0.5	0.5	0.4	0.2

주) 제6회 지선 3차의 경우 ‘각종 선거사범에 대한 강력한 단속 및 처벌’이라고 보기 제시