

선거보도의 공정성과 윤리성

이동신 경희대 신문방송학과 교수

I. 공정성과 윤리성의 개념

오레곤 대학의 훌텡(John L. Hulteng)교수는 그의 저서인 「메시지를 보내는 사람의 동기」(The Messenger's Motives)에서 언론인들이 지켜야 할 윤리를 다음과 같이 다섯 가지로 분류했다. 첫째, 언론인은 공공의 복지에 충실해야 한다. 언론인의 힘은 개인적인 이익을 위해서가 아니라 공중의 이익을 위해서 사용되어야 한다. 둘째, 언론인은 진지하고, 진실하며, 정확한 소식을 제공해야 한다. 상황에 대한 설명은 투철하고 균형이 있으며 완전해야 한다. 셋째, 언론인은 불편부당해야 한다. 언론인은 특수집단의 대변자로서가 아니라 공중을 대표하여 뉴스를 전한다. 넷째, 언론인은 공정해야 한다. 논쟁에 대하여서는 몇 개의 다른 시각을 위하여 동등한 지면이나 방송시간을 할애하여야 한다. 다섯째, 언론인은 사회의 규범에 맞도록 품위를 유지해야 한다. 이러한 언론인의 공정성과 윤리성에 관한 개념은 그대로 선거에 대한 미국언론의 보도에도 적용된다. 미국이 1927년에 제정된 Radio Act를 폐지하고 1934년에 제정한 커뮤니케이션 법을 보면 매스컴의 정치적 이용에 대한 원칙이 규정되어 있다. 그것은 선거에서의 입후보자들이 사용할 수 있는 매체의 양(양)과 질(질)을 균등하게 한다는 것이다. 우선 의견이 다른 두 후보자는 지면(신문의 경우)의 크기나 방영시간(방송의 경우)에 있어 같은 양을 이용할 수 있다는 「동등한 시간(Equal Time) 원칙」이다. 예를 들면 여당이 정치적인 이슈에 대하여 10분 동안 방송을 이용했다고 하면, 야당도 10분 동안 그 문제에 대하여 방송에 출연할 수 있는 권리를 요구할 수 있는 것이다. 다음은 보도내용에 관한 규정이다. 만일 보도내용이 특정인물에 대해서만 호감적으로 나타난다면, 경쟁적 입장에 있는 사람은 이의 시정을 요구할 수도 있다는 것으로 「공정성의 원칙」(Fairness Doctrine)이라고 한다. 이 「동등한 시간 원칙」과 「공정성의 원칙」은 선거 보도의 공정성과 윤리성을 규정하는 기본적인 원칙들이다. 그러면 각 원칙에 대한 구체적인 사항을 검토해 보기로 하겠다.

□ 한양대 전자공학과, 미아이오와 대학원 (신문학박사)

1. 동등한 시간(Equal Time) 원칙

「동등한 기회」(Equal Opportunities)라고도 불리는 이 원칙은 커뮤니케이션법이 1959년에 개정되기까지는 제 315 항의 유일한 조항이었다 그 내용은 다음과 같다. 「방송이 법적으로 자격이 있는 후보에게 방송시간을 허용했을 때는 모든 다른 후보자들에게도 같은 기회를 제공해야 한다... 단 후보자가 뉴스, 뉴스인터뷰, 뉴스 다큐멘터리, 뉴스현장, 전당대회 등의 방영에 나타난 것은 예외로 한다.」 이 조항은 원래 방송국들이 특정한 정치 후보자들에게 편파적인 보도를 하는 것을 방지하는데 목적이 있었다. 그러나 1959년부터 뉴스프로그램에는 이 조항의 적용을 불가능하게 함으로써 군소정당의 후보자들에게는 불리한 조항이 되었다. 이 조항이 만들어진 이후에 발생한 사건과 판례를 통해서 많은 세부사항이 규정되었다. 그 중에서 중요한 것을 들어보면,

○ (「동등한 시간」의 적용을 받는) 후보자란 공적으로 선언된 후보자를 말한다. 유진 매카시 상원의원은 1968년 민주당의 대통령지명전의 후보였는데, 당시의 존슨 대통령이 세 개의 주요 방송에서 인터뷰를 받았다면서 자신도 「동등한 시간」을 주기를 요청했다. 연방커뮤니케이션 위원회(FCC)는 존슨 대통령이 「공적으로 선언된」 후보가 아니었다는 이유로 이 요청을 거부했다.

○ 모든 법적으로 자격 있는 후보들은 산술적으로 같은 양의 시간을 할애 받을 수 있으나 반드시 같은 시간일 필요는 없다.

○ 방송국은 후보자들에게 방송시간에 대해서 반드시 알리지 않아도 좋다. 「동등한 시간」의 방송을 원하고자 하는 후보자는 이를 다른 후보자의 방송이 나간 일주일 내에 방송국에 요청해야 한다

○ 제 315 항은 후보자의 대리인에게는 적용되지 않는다.

○ 방송시간 동안 사용료를 지불했을 때는 다른 모든 후보자에게도 같은 사용료를 부과해야 한다.

o 모든 뉴스프로그램이 제 315 항의 적용으로부터 제외되는 것은 아니다. 셸리 치솜 의원은 1972년 경선자인 맥거번 의원과 험프리 의원이 ABC와 CBS 방송국에서 인터뷰를 했다면서 자신에게도 「동등한 시간」을 할애할 것을 요구했다. 미국 항소심은 이 인터뷰가 뉴스라기보다는 정치토론에 가까웠기 때문에 「동등한 시간」 조항의 적용을 받아야 한다고 판결하고 치솜 의원의 요청을 수락했다.

o 뉴스가 아닌 프로그램에 후보자가 출연하여 자신이 후보라는 사실을 언급하지 않았을 경우라도 「동등한 시간 원칙」은 적용된다. 방송의 이용에 대한 「동등한 시간 원칙」은 정치적인 프로그램뿐만 아니라 비정치적인 프로그램과 오락프로그램에도 적용된다. 코미디언인 팻 폴센 씨는 1972년도에 공화당대통령 후보로 지명되었다. 폴센씨가 월트 디즈니 씨의 「쥐공장」이라는 오락작품에 출연했을 때 「동등한 시간」 문제가 거론되었다. FCC는 후보자의 어떠한 방송출연이라도 경쟁중인 다른 후보자에게 「동등한 시간」을 요청할 권리를 준다고 밝혔다. 이러한 선례는 그 후 로널드 레이건 대통령의 영화가 방영되었을 때 경쟁자였던 포드 대통령이 「동등한 시간」을 요구하는 계기를 만들었다. FCC는 이 요청을 받아 들였었다.

<대통령 후보 TV 토론>

1975년도에 FCC는 「동등한 시간 원칙」을 수정했는데, 그때까지는 대통령 후보들의 토론은 그 원칙에서 제외되지 못했었다. 케네디 대통령과 닉슨 대통령의 TV 토론이 있었던 1960년 이후 의회는 두 명의 중요 후보를 제외한 다른 후보들에게는 그 원칙의 적용을 금지시켰다.

바꾸어 말해서 만일 의회가 이런 결의를 하지 않았다면 방송은 TV 토론 자체를 진행시킬 수 없었을 것이다 당시만 하더라도 약 14명의 대통령 후보가 경합하고 있었다.

<대통령의 연설>

현직 대통령이면서 차기 대통령 후보일 경우대통령의 연설은 어떻게 처리될 것인가?

1970년 FCC는 대통령의 연설은 제 315 항의 규정을 적용 받지 않는다고 밝혔다. 그러나 그대신 대통령의 연설이 공중에게 중요하면서도 논쟁적인 문제들일 때는 「동등한 시간 원칙」이 아닌 「공정성의 원칙」(Fairness Doctrine)의 적용을 받는다고 말했다.

만일 현직 대통령이 차기 대통령 후보일 경우는 대통령의 연설은 제 315 항의 적용을 받지 않는다.

이 경우 대통령은 한 국가의 지도자로서의 기능을 하고 있기 때문이다. <후보자와 방송시간의 구입>FCC는 방송사가 반복해서 법적으로 자격 있는 후보자들의 방송이용을 고의적으로 기피할 때는 그 방송사의 면허를 취소할 수 있도록 되어 있다. 법은 유료든 무료든 「합당한 액세스권」(reasonable access)을 보장하도록 규정하고 있다. 또한 후보자들에게는 방송사의 다른 어느 고객보다도 싼 요금을 부과하도록 요구하고 있다

< 「동등한 시간 원칙」에 대한 반대>

「동등한 시간 원칙」을 포함한 제 315 항은 후보자들에게 공평한 매체의 이용을 보장한다는 점에서 제정되었으나, 최근 이 규정이 대중매체의 자유스러운 정치보도를 막는다는 점에서 반대의견이 높아지고 있다. 방송계는 물론 의원들의 많은 수가 이 규정을 반대하고 있으며, FCC 내부에도 반대의견이 높아지고 있다. 일반적으로 이 규정을 반대하는 사람들은 이 규정이 없다면 방송국들이 더 많은 정치프로그램을 방영할 것이라고 주장하고 있다 그 이유는 어떠한 정치프로그램을 방영하면 이 규정 때문에 소송이 걸리거나 방송시간에 제약을 받을 가능성이 많다고 보기 때문이다. FCC의 기본입장은 이 규정의 수정 또는 폐지에 대해서는 의회의 결정을 따르겠다는 것이다. 1981년 현재 FCC는 「동등한 시간 원칙」의 제 315 항과 「합당한 액세스권」을 규정한 제 312 항의 폐지를 건의하고 있다.

2. 공정성의 원칙(Fairness Doctrine)

「공정성의 원칙」은 1959년 제 315 항에 포함되기는 했지만 「동등한 시간 원칙」과는 근본적으로 다르다 「동등한 시간 원칙」은 일단 방송국의 후보자에게 일정한 시간만을 제공하면 일이 끝나지만 「공정성의 원칙」은 프로그램의 내용자체가 방송국의 영향력 밑에 있게 된다. 이 원칙은 멀리 1929년 FCC의 그레이트 레이코스 판례와 1941년 메이플라워 방송사 판례에 뿌리를 두고 있다. FCC는 이 판례들에서 공적인 흥미가 있는 문제에 대해서는 자유스럽고 공정한 의견의 발표가 이루어질 것과 방송시설은 특정한 정당의 목적에 이용될 수 없다는 것을 밝혔다. 공정성(Fairness)이란 「방송사가 논쟁중인 문제에

대하여 한 의견을 방송했을 때는 그 반대되는 의견도 방송할 자세를 갖추어야 한다」는 것이다. 만일 방송사가 「공정성의 원칙」을 지키지 않았다고 FCC가 판단할 때는 방송면허의 취소도 가능하다. 그러나 「공정성」에 대한 평가나 판단에 방송사의 임의가 참조된다. 아직까지 공정성만의 문제때문에 방송사의 면허가 취소된 적이 없을 정도이다. 보통은 면허취소보다는 「공정성의 원칙」에 맞추어 내용을 수정하라고 요청하고 있다. 원칙적으로 「공정성의 원칙」은 「동등한 시간원칙」과는 달리 상대방에게 방송시간에 대한 요청을 받아들이지 않는다. 그러나 개인에 대한 비방(Personal Attack)과 정치적인 논평(Political Editorializing) 등 제한된 경우에 있어서는 방송시간이 할애된다. FCC는 「방송국이 특정한 문제에 있어서 특정한 후보자를 비난하거나 또는 옹호했을 때는 해당 후보자에게 그 프로그램의 내용을 알리고 상대방에게는 동등한 기회를 제공해야 한다」고 밝혔다.

FCC가 규정한 「개인에 대한 비방」과 「정치적인 논평」이란; (a) 논쟁중인 문제에 대하여 특정한 후보의 정직함, 성격, 또는 성실 등과 같은 개인의 사항에 대해서 비난을 가했을 때는 한 주 이내에 ① 방송의 날짜, 시간, 프로그램 이름, ② 비난한 원고나 테이프, ③ 반박을 할 기회를, 비난 받은 상대자에게 알려야 한다. (b) 방송국이 논평에서 특정한 후보자를 옹호하거나(endorse) 또는 반대할 때는 그 방송국은 다른 후보자나 반대를 한 후보자에게 위와 같은 내용을 알려야 한다. 「공정성의 원칙」은 레드 라이언 대 FCC 사건에서 그 합헌성이 증명되었다. 레드 라이언 방송국은 1964년 11월 27일 「골드워터-극좌파」라는 책을 논평하면서 저자인 프레드 쿡 씨를 공산주의와 관련이 있다고 공격했다. 쿡씨는 이에 대하여 반격할 시간을 요구했으나 방송국은 이를 거절했다. FCC는 방송의 내용과 반론을 제기할 수 있다는 내용을 전해주지 않았다는 이유로 방송국에게 시간을 할애해 줄 것을 명령했다. FCC는 이 판결에 즈음하여, ① 공중에게 중요한 문제의 공정한 보도는 다른 무엇보다 방송에 중요하므로 면허갱신의 중요한 조건이 된다. ② 만일 방송국이 방송한 내용에 대치되는 내용을 방송할 수 없을 때는 그러한 노력을 성실하게 경주했다는 증거를 확보해야 한다고 밝혔다. 시청자들의 권리를 보호하고 공정한 보도를 유도하기 위한 「공정성의 원칙」도 방송사들의 강력한 반대에 직면하고 있다. 방송사들은 이 원칙이 자유로운 취재와 보도를 가로막음으로써 기본적으로 언론의 자유를 침해하고 있다고 주장하고 있다.

3. 신문의 경우

「동등한 시간 원칙」과 「공정성의 원칙」은 주로 방송사를 대상으로 하고 있으나 신문의 경우에도 비슷한 문제가 제기된 예가 있다. 문제는 신문이 선거의 입후보자를 개인적으로 비난했을 때 만일 그 후보자가 반박할 권리를 요청하면 이에 응해야 하는가 이다.

플로리다주법은 반론권(right of reply)에 대해서 이렇게 규정하고 있다. 「F.S.§.104,38-선거 입후보자에 대한 신문의 공격-반론을 위한 지면. 만일 신문이 입후보자의 개인적인 일이나 직장에서의 부정행위를 비난했을 때는 그 후보자의 요청에 의해서 동 기사에 준하는 지면을 무료로 제공해야 한다. 이것을 위반하는 개인이나 회사는 1 급 경범죄(misdemeanor)로 처벌될 수 있다.」 이 법을 위반한 사건으로 토닐로 대 마이애미 헤럴드 사건이 있다 1972 년 연방하원의원 민주당 후보지명전에 출마한 토닐로(Pat Tornillo) 씨는 데이드 카운티의 교사협회장직을 맡고 있었다. 그런데 그는 4년 전 이 협회가 농성을 하는 데 주도적인 역할을 했었다. 그 때는 교사들이 농성을 하는 것은 불법으로 간주되어 왔다. 마이애미 헤럴드 씨는 1972년 9월 20일 토닐로 씨를 「범법자」라고 부르고, 그를 의회로 보내면 안 된다는 사실을 실었다. 토닐로 씨는 이에 대하여 플로리다주의 「반론권」을 인용하여 반론할 수 있는 지면을 줄 것을 요구했다. 헤럴드 씨는 이를 거부했으며, 토닐로 씨는 법원에 제소했다. 이 사건은 「동등한 기회 원칙」(Equal Opportunity)과 「언론의 자유」 개념이 충돌하는 사건이라는 점에서 주목을 받았다. 결과적으로 연방대법원은 신문지면에서의 「언론의 자유」를 보호하기 위해서 「동등한 기회 원칙」을 찬성하지는 않았으나 대법원에 가기까지는 그 판결이 엇치락 뒤치락 했다. 플로리다주 하급법원(Lower Court)은 반론권(right of reply)을 규정한 플로리다주 법이 위헌이라고 밝히고 헤럴드씨의 승소판결을 내렸으나, 플로리다주 대법원과 데이드카운터 순회법원(Circuit Court)은 반론권을 옹호하고 토닐로 씨의 승리를 선언했다 결국 연방대법원이 반론권을 부인한 것은 신문이 개인에 대한 무작정 비난을 인정해주기 위한 것이 아니라, 언론의 자유라는 대전제를 지키기 위한 결단이라고 보아야 옳다. 반론권이 내포하는 「다양한 의견의 개진」이라는 합리적인 이유도 언론의 자유를 지키기 위해서는 그 희생이 불가피하다는 미국인의 단호함을 사건에서 읽을 수 있다.

II. 선거보도의 형태와 역할

유권자들의 80%는 매스컴을 통한 선거운동이 시작하기도 전에 이미 마음을 결정한다. 그리고 70% 내지 80%의 유권자들은 전에 찍었던 당의 후보를 그대로 찍는다. 나머지 20%인 사람들 중에서 5분의 1은 또 원래 찍었던 당으로 마음이 기울어 진다. 그러므로 유권자들이 투표대상자를 결정하는 데 있어서 언론이 큰 영향을 주기는 힘들다. 이것이 1971년도에 캐츠(Katz)가 내렸던 결론이다. 캐츠는 또 이미 마음을 결정해버린 다수의

유권자보다는 마음을 결정하지 않은 나머지 20%의 사람들을 중요시한다. 이 사람들은 정치에 관심이 없고, 정치에 참여를 하지 않으며, 또 정치에 잘 노출도 되지 않는다. 만일 이들에게 언론을 통한 정보가 전달될 경우 당 소속감은 물론 투표대상자의 전환도 가능하다는 것이다. 이미 당 소속감이 강한 사람에게는 언론의 힘이 크게 미치지 못한다. 그들은 자신들을 지지하는 정보만 접하기를 좋아한다. 이러한 결론은 주로 선거와 언론에 관한 1960 년대의 연구들에 의해서 얻어졌으며 선거과정에 대한 언론의 영향력에 대해서 실망만을 가져왔다. 그러나 최근에 와서는 다시 언론의 영향력이 크다는 쪽으로 의견이 기울고 있다. 그러한 주장을 하게 된 가장 기본적인 근거는 유권자들이 언론이 제공한 정보를 매일 접한다는 사실이다 유권자들은 자신의 경험과 관찰에 의해서 정치과정을 판단한다. 그런데 대부분의 경험과 관찰은 언론의 보도를 통해서 행해진다. 이러한 것을 근거로 언론은 단기적인 효과는 없을지 몰라도 장기적으로 미묘하며 설득적인 정치효과를 가지는 것으로 알려졌다. 또 다른 나라의 경우 정치적인 정보는 신문과 라디오로부터 얻어진 다기 보다는 TV에서 얻어지며, 그런 의미에서 TV 뉴스의 영향력이 투표에 미치는 장기적인 효과는 크다고 할 수 있다 유권자들은 TV 를, 중요한 정치적 이슈를 이해하고 정치 지도자들을 평가하기 위해서 시청한다. 영국의 유권자들은 정치를 이해하기 위한 가장 좋은 매체로 TV 를 꼽았다. 전당대회에서의 TV 의 역할은 더욱 두드러진다. 전당대회 자체의 운영과 진행이 TV 방영에 알맞도록 조정된다. 각 분과는 황금시청시간에 맞도록 스케줄이 짜여지며 대회의 방영은 시청자가 참여감과 성취감을 느낄 수 있도록 치밀하게 구성된다. 이러한 계획때문에 TV 전당대회의 시청자는 기하급수적으로 늘어나고 있다. 미국의 경우 거의 모든 가정이 전당대회를 생방송으로 시청했으며, 전당대회에 관한 사항을 계속 추적하는 사람들의 70%가 TV 를 이용했다. 전당대회의 TV 방영은 시청자에게 큰 영향을 미친다. 당의 손상된 이미지를 보강할 수 있으며, 후보자의 의견에 반대하는 사람들을 무마시킬 수 있다. 최근에 실시된 한 여론조사는 TV 가 전당대회에 얼마나 큰 영향력이 있는가를 말해준다. 유권자들의 후보자에 대한 투표결정은 전당대회전이 3 분의 1, 전당대회기간에 3 분의 1, 그리고 전 선거운동기간에 나머지 3 분의 1 이 결정되었다. 여기에서 전당대회기간에 투표대상자를 결정했던 유권자의 대부분은 TV 로 전당대회를 시청했음은 물론이다. 전당대회뿐만 아니라 대통령 후보끼리 토론을 벌이는 TV 토론도 언론의 영향력을 나타내주는 선거보도의 하나이다. 1960 년 케네디와 닉슨이 TV 토론을 벌였을 때 무려 1 억 1 천 5 백만 명의 시청자가 이를 지켜보았다 이 토론의 방영은 대체로 유권자들의 기본적인 투표성향과 정치적인 태도를 바꾸어 놓지는 못했으나, 시청자의 3 분의 1 가량에게 영향을 줌으로써 케네디가 승리하는 데 중요한 역할을 했다. 정치행위에 관한 TV 뉴스보도도 유권자에게 영향을 미친다. 다니엘슨(Danielson)은 아이젠하워 대통령 후보의 극적인 TV 발표가 당선에 영향을 미쳤으며, 로빈슨(Michael Robinson)은 TV 뉴스보도가 흑인에 대한 백인들의 실망을 확대시킴으로써 월리스(George Wallace)의 대승리를 굳혔다고 보고했다. 여론조사(Poll)에 관한 TV 보도의 영향력은 어떤 것일까? 여론조사는 최근 선거운동의 중요한 부분으로 등장했다. 대개 여론조사의 결과는 TV 를 비롯한 언론에 보도된다. 여론조사의 보도는 투표에 대한 흥미를 유발시켜서 정치참여의식을 고취시킨다. 그러나 그것이 유권자의 투표행위에 직접 영향을 미친다는 증거는 발견되지

않았다. 선거결과에 대한 「예측보도」도 유권자에게 영향을 미친다. 선거일이 되면 언론들은 개표결과를 시시각각 보도하면서 선거결과에 대한 「예측」에 열을 올리게 된다. 이 경우 컴퓨터, 정치분석가, 연구기관, 여론조사소 등의 모든 방법이 총동원된다 미국의 경우 시간차이 때문에 동부의 개표가 먼저 시작되는데, 동부의 개표사항에 대한 언론의 보도가 서부에 사는 사람들의 투표행위에 영향을 주리라는 우려가 대두되었다. 예를 들면 특정후보를 찍으려고 결정을 했던 유권자가 동부에서 그 후보자가 큰 표차로 승리하는 것을 TV에서 보았다면 투표장에 나갈 필요를 느끼지 않는 등이다.

이에 대한 연구들은 만일 선거경쟁이 치열해서 후보들의 득표차가 거의 없을 때는 언론의 보도가 당락을 좌우할 수 있을 만큼 큰 영향을 미칠 수 있다고 밝히고 있다. 그러나 이러한 경우를 제외하고는 언론의 선거결과에 대한 예측이나 선거일의 보도는 유권자들의 후보자 결정에는 큰 변화를 가져오지 않는다고 알려져 있다. 신문의 선거보도는 어떠한 영향력을 가지는 것일까? 신문은 정치에 흥미가 적은 사람보다는 흥미가 많은 유권자에게 영향을 미치며, 전국적인 선거보다는 지방선거에 영향을 미친다. 지방자치제가 실시될 경우, 신문의 선거보도가 큰 역할을 할 것이 예상되며, 신문이 특정 당이나 후보를 지지할 경우 그 영향력은 더욱 증가될 것이다. 선거운동에 관한 언론의 보도는 유권자들에게 어떤 문제가 중요한가를 결정해 주기도 한다(Agenda Setting). 맥콤스와 쇼는 유권자들이 선거기간 중에 중요하다고 생각하는 문제와 신문·방송에 보도된 문제를 조사했다. 그 중요도에 있어 두 그룹이 중요하다고 생각하는 문제들은 거의 일치했다 유권자들은 언론에 중요하게 취급되는 문제들은 중요하고, 반면 소홀히 취급되는 문제들을 중요하지 않다고 생각하는 경향이 있다. 이것을 유추해서 생각해 본다면 언론에 자주 보도되는 후보는 당선 가능성이 높아지며, 자주 보도되지 않는 후보는 낙선의 가능성이 높아진다고 할 수 있다.

III. 선거보도의 역기능과 바람직한 방향

지금까지 여러 가지 다른 선거보도의 역할과 기능에 대해서 알아보았다. 선거보도는 일반적으로 유권자의 정치에 대한 흥미와 참여의식을 고취시켜서 민주주의 정치의 기초가 되는 것이지만 그 반면에 여러 가지 역기능을 무시할 수 없다. 역기능 중에서도 가장 심각한 것은 편파보도와 과다 보도이다. 특히 편파보도의 경우, 언론은 후보자 중에서 지명도와 인기가 높은 후보에 대해서 집중 보도하는 경향이 있다. 이러한 보도경향은 후보자 개개인에게 부익부빈익빈 현상을 낳아, 지명도가 높은 인사에게는 이익을 가져다 주지만 지명도가 낮은 사람에게는 불리하여, 참신한 인물의 정계진출은 더욱 어려워지게 된다. 과다보도의 폐해는 또한 국가적인 손실과 직결된다. 선거보도가 정치의식을 자극하여 선거에 대한 흥미를 유발시키는 것은 좋지만 그로 인해 국가적이나 개인적 차원에서 과다한 노력과

시간의 낭비가 초래되기 쉽다. 미국 전당대회 보도의 경우, 대회의 방영 자체가 수많은 비용과 시간을 소비해서 방영하지만, 결국 그것은 시청자를 위한 것이 아니라 정치인들의 선전을 위한 것이라는 비판이 일어나고 있다. 이런 점에서는 요즘 국내에서도 관심이 고조되고 있는 정치광고도 마찬가지이다. 수많은 비용이 드는 정치광고는 정치에 무관심한 유권자들에게 흥미를 일으키고 또 정보를 준다는 순기능을 가지고 있는 반면, 대부분의 정치광고는 홍보성이며 후보자의 정치이념을 유권자에게 강요할 뿐이라는 점에서 그 부작용이 우려된다. 또 정치광고는 선거라는 신성한 정치의식을 상업화하여 정치를 하나의 상업적인 쇼로 변화시킬 우려도 있다. TV 토론의 방영에도 문제가 있다. 우선 TV 토론은 각 후보자간의 진정한 토론이 아닌 합동정견발표장으로 전락될 가능성이 있다. 정해진 장소에서 정해진 후보자가 정해진 이슈에 대해서 사회자가 질의하면 응답하는 형식이므로 이렇게 되면 이미 언론을 통해서 밝혀졌을 당적인 입장을 반복하는 것에 불과한 것이 된다. 또 토론석상에서 상대방의 약점과 개인적인 사생활을 지적하여 후보자간의 명예훼손사태가 벌어질 수도 있다. 이 밖에 앞에서 언급한 선거결과에 대한 예측보도의 역기능도 무시할 수 없다. 선거결과에 대한 예측보도는 유권자들의 투표참여율을 하락 시킨다. 미국의 경우 투표를 하기 전에 언론의 예측보도를 접한 사람은 47%에 달했으며 그들 중에 6% 내지 11%가 투표를 포기했다. 이러한 역기능을 무시하며 공정성과 윤리성에 어긋나는 편파보도나 과장보도를 일삼는 선거보도는 국가자원의 낭비와 정치과정의 혼란만을 초래한다. 선거에 대한 언론의 보도는 유권자들의 정치에 대한 흥미와 참여를 증가시켜서 건전한 정치발전을 꾀하는 선에서 이루어져야 할 것이다.