

# 대통령 입후보자에 대한 보도와 언론의 편향성

백 선 기

성균관대 신문방송학과 교수

- 성균관대학교 언론학과 조
- 서울대학교 언론학 석사 졸업 및 박사과정 수료
- 미 Univ. of Minnesota 커뮤니케이션학 박사
- 한국방송학회 방송과 정치연구회 회장
- 현(現) 한국방송학회 회장
- 저서 및 논문 : 『제16대 대통령 선거와 미디어의 역할』, 『제16대 국회의원 선거보도 분석 및 평가: 선거 기사 심의 사례를 중심으로』, 『한국방송의 대통령 선거보도 유형과 일반 원칙 : 2002년 대통령선거 보도준칙에 대한 제언을 중심으로』 외 다수

## I. 서론

2007년은 제17대 대통령 선거가 있는 중요한 시기이다. 제14대인 1992년, 제15대인 1997년, 제16대인 2002년 등의 대통령 선거를 거치면서, 선거의 양태, 과정 및 주요 요소들이 많이 변화해 왔다. 제13대인 1987년 대통령 선거의 경우, 오랜 기간 동안의 군부 통치 하에서 벗어나는 의미 있는 선거이기는 하였으나 여전히 군 장성 출신의 입후보자가 등장하였으며, 선거의 당락을 전통적인 유세장에 모인 유권자들의 수를 중심으로 평가하였다.

제14대의 대통령 선거에서는 현대화된 다양한 선거 전략 및 기술들이 등장하였고, 미디어의 참여 및 기여가 적극적으로 시도된 선거였다. 대선 입후보자들 사이에 군과 관련된 입후보자들이 참여하지 않은 상태에서 치러진, 문자 그대로 진정한 의미에서의 선진 민주주의 사회 방식의 대통령 선거였다. 신문과 방송, 특히 텔레비전을 통한 입후보자에 대한 후원 및 유세는 물론이고, 미디어를 통한 정치광고가 시작되었다. 제15대 대통령 선거에서는 이들 미디어를 통한 선거의 개입이 보다 활성화되었으며, 텔레비전 토론이 처음으로 등장한 시기가

다. 서울시장 선거에서 처음으로 시도된 텔레비전 토론이라는 포맷이 적절한 입후보자를 선정하는데 크게 기여한다는 평가 하에 대통령 선거에도 도입되었던 것이다. 그 후 많은 선거들에서 다양한 형태의 텔레비전 토론들이 시도되었다.

제16대 대통령 선거에서는 이러한 텔레비전 토론이 각 정당의 대선 입후보자 선정에는 물론이고 대통령 선거의 결과에도 지대한 영향을 미치는 성과를 이루어냈다. 이는 1960년대 미국의 대통령 선거에서 처음 시도했던 텔레비전 토론이 선거 결과에 커다란 영향을 미쳤다는 결과와 유사하기도 했다. 처음에는 자신의 정당에서조차 부각되지 못했던 후보자가 당내의 텔레비전 토론의 과정을 거쳐 정당의 대선 입후보자로 선정되었으며, 정당 간의 대결에 있어서도 당시 당선이 유력시되던 상대 정당의 입후보자에게 역전 승리한 점이 아주 유사한 것이다. 미국의 1960년대 대통령 선거에서도 당시 '뉴 페이스'로 등장한 케네디 후보가 당선이 유력시되던 닉슨 후보를 누르고 당선되었던 것이다(백선기, 1997 참조).

이와 같이 상대적으로 민주적 선거 절차를 거쳐 대통령을 선출하는 역사가 길지 않은 우리 사회는,

미디어가 선거에 관여하면서부터  
미디어에 의해 특정 후보가 부각되거나 쇠퇴하는  
경향 나타났으며 보다 심대해지고 있어

13대 이후에 전개된 4번의 대통령 선거의 경험을 통해 어느새 선진 민주사회의 선거 절차와 양태를 지니게 되었다. 특히 미디어를 통한 선거 과정 참여는 어느 선진 민주주의 국가들과 비교해도 손색이 없을 만큼 발전해 왔다고 할 수 있다. 미디어에 의한 여러 잠재적 후보자들 발굴, 다양한 종류의 여론조사들을 통한 후보자들 사이의 부침 유도, 후보자들의 정책들이나 제안들에 대한 검증 및 평가, 시민단체의 매니페스트(manifest) 운동과 연계하여 후보자들의 정책 현실성과 추상성 검토 등등의 방식으로 미디어는 선거 과정에 참여하게 되며, 때로는 결정적 영향을 미치기도 한다. 따라서 오늘날의 선거 과정을 '미디어 선거'라고 일컫기도 한다.

그런데 이 같은 미디어를 통한 선거 과정의 개입은 긍정적인 역할만을 하는 것이 아니라 부정적 영향을 미치기도 한다. 미디어가 선거에 개입되면서 선거가 지나치게 '이미지화' 되기도 하고, 정치나 선거에 있어서 '신중함이 사라지면서 다소 가벼워지고' 있으며, 정당이나 후보자의 정책이나 비전 제시보다는 그들의 '일상적이 움직임이나 호감도'가 주요 관심사가 되어 가고 있다. 따라서 혹자는 현재의 미디어 선거가 선거를 지나치게 희화화하고 후보자들의 호감도에 주목하는, 후보자들에 대한 인기 선거처럼 변질되어 가고 있다고 하기도 한다.

그러나 이 같은 부정적 측면들은 필자의 관점에서 보면 좋지 않은 것만은 아니라고 생각된다. 선거라는 것이 일부 선거 전문가들이나 평론가들이 지적하듯이 '무겁거나 신중할 필요'는 없을 듯 하며, 후보자의 개별적 측면을 부각하는 것은 이미 선거에 있어서 전 세계적인 추세이며, '인기 선거' 같은 대중성을 근간으로 선출된 후보자들이 대통령

으로서의 역량을 발휘하지 못하고 있다는 결과도 별로 나타나지 않고 있다.

이러한 부정적 평가들에 비해 보다 심각한 것은 미디어가 선거에 관여하면서부터, 미디어에 의해 특정 후보자가 부각하기도 하고 여타의 후보자들은 쇠퇴하게 되는 경향이 나타나게 되었고, 이러한 상황이 보다 심대해지고 있다는 점이다. 이를 '미디어의 편향성'이라고 하기도 하고 '미디어의 불공정성'이라고 하기도 한다.

'미디어의 편향성'과 '불공정성'은 선거를 치를 때마다 제기되는 쟁점으로서, 선거에서 불리하거나 패배한 측에서는 항상 불만을 토로하게 되고 심지어는 언론중재위원회에 심의를 요청하기도 한다. 이 이슈는 그 어떠한 심의 과정을 거쳐도 상대방을 완전하게 설득하거나 이해하게 만들기가 힘들다. 왜냐하면 서로 간의 관점이나 시점에 따라 평가가 달라지기 때문이다. 특히, '미디어에 의한 공정성' 시비는 선거에 있어서 끊임없이 제기되는 쟁점이며, 그 어느 측도 만족할 수 없는 부분이기도 하다. 그러나 또한 이에 대한 논의를 중지할 수도 없고 심의나 평가를 게을리 할 수도 없다. 왜냐하면 미디어에 의한 공정성 문제는, 특정 후보자가 미디어의 불공정적인 취급이나 편향적 평가에 의해 당선되기도 하고 탈락되기도 하기 때문이다.

따라서 본고에서는 역대 대통령 선거에서 우리 미디어가 행한 편향성과 불공정성에 대해 논의하고, 현재 전개되고 있는 2007년 대선에의 잠재적 후보군들에 대한 미디어의 편향성에 대해 검토하며, 앞으로 있을 대통령 선거에서 보다 바람직한 방향으로 이러한 편향성 시비를 개선할 수 있는 방안들에 대해 강구해보고자 한다.

## II. 역대 대통령 선거에서의 미디어의 편향성 쟁점들

우리나라에서 전개된 역대 대통령 선거들에서 미디어에 의한 편향성 시비는 항상 있어왔으며, 선거가 끝난 이후에 '부정선거'라며 선거 자체를 인정하지 않는 경향을 보여 왔다. 초기에는 미디어에 의한 편향성 보다는 정권의 관여로 통칭되는 '관권'과 부정한 자금에 의한 영향력으로 칭하게 되는 '금권' 개입으로 인한 편향성이 보다 더 중요한 관심사였다. 그러나 최근에는 시민단체들의 적극적인 활동과 미디어의 노력에 의해 관권과 금권에 의한 선거의 영향성은 크게 줄어들게 되었으나, 상대적으로 미디어 자체에 의한 편향성은 보다 더 크게 자리 잡게 되었다.

그런데 미디어에 의한 편향성 시비는 미디어 측에서는 받아들이기 어려운 영역이기도 하다. 왜냐하면 미디어 종사자들 역시 최선의 노력을 경주하여 이러한 편향성 시비를 잠재우려 하기 때문이다. 신문이나 방송의 종사자들은 오랜 세월동안 보도에 의한 편향성의 시비에 대처하기 위해 나름대로 최선의 노력을 기울여, 기술적이고 기능적인 편향성 시비는 어느 정도 완화시켰다고 보고 있다. 예를 들어, 신문에 있어서 후보자들에 대한 수량적 할당 및 지면의 배치 등에 있어서 균형을 기하고자 하였으며, 텔레비전 방송 보도에 있어서 후보자들에게 할당되는 순서와 수량의 배치 등에 대해 균형을 기하고자 노력하였다.

그러나 질적인 측면에서 후보자에 대한 편향성 시비는 여전히 계속되고 있다. 이는 정당이나 후보자들의 관점에서 볼 때 미디어의 보도에 대해 만족할 수 없음을 의미하며, 특히 선거에서 패배한 정당이나 후보자 측에서는 미디어 보도에 있어서 편향성 문제를 제기하게 된다. 미디어의 편향성 여부

는 수량적으로 판단되는 사안이라기보다는 질적으로 판단되는 영역이다. 또한 인상적이고 감정적인 평가가 지배적인 분야이기도 하다. 따라서 미디어 보도에 있어서 후보자에 대한 편향성 시비를 논할 경우, 질적인 분석이 필요하게 되는 것이다.

### 1. 제14대 대통령 선거 보도 분석

제14대 대통령 선거에서 후보자들에 대한 보도의 편향성에 대해 연구한 결과, 당시 언론들의 보도에 후보자들 사이의 편향성이 있었던 것으로 밝혀진 바 있다(백선기, 1997, pp. 167 - 192 참조). 이들 연구에서는 보도에서 나타나는 후보자들에 대한 편향성을 파악하기 위해 질적인 편향성을 파악해 낼 수 있는 기호학적 방법들을 활용하였다.

첫째, 제14대 대통령 선거의 공식 선거유세 기간(1992년 11월 20일)부터 투표 기간(1992년 12월 18일)을 거쳐 당락이 드러난 기간(1992년 12월 20일) 동안의 신문보도(조선일보, 서울신문, 한겨레신문 등)들에 대해 기호학적인 분석을 한 결과, 당시 지면 배치와 수량 등에 있어서 후보자들에 대한 편향성이 발견되었다. 당시 대통령 선거에는 제1정당인 민자당, 제2정당인 민주당, 제3정당인 국민당 등과 여타의 소수 정당들이 참여하였다. 그런데 우리 신문들의 보도는 대체로 민자당, 민주당 및 국민당 순으로 주요 기사 항목으로 다루었으며, 신문 지면의 배치 및 사진의 게재 등에 있어서도 이러한 순서가 유지됐다. 이 외에 군소 정당들이나 이들의 후보자들은 아주 적게 취급되거나 특정한 날에는 전혀 취급되지도 않았다. 또한 신문의 지면 배치에 있어서도 주요 위치에 배치된 적도 없으며, 이들에 대한 사진의 게재도 거의 없었다. 다만 한겨레신문만이 가끔 군소정당이나 무소속 입후보자들에게 관심을 기울여 보도하긴 하였으나, 이도 중요하게 취

미디어의 선거보도에 있어서 편향성 여부는  
수량적으로 판단되는 사안이라기보다는  
질적 분석을 통해 판단해야 하는 사안

급한 것은 아니었다(백선거, 1997, p.178 참조).  
그런데 입후보자들에 대한 편향 보도는 신문에 따라 극명하게 드러나고 있었다. 당시 대통령 선거의 유력 후보자들로 제1당인 민자당의 김영삼 후보, 제2정당인 민주당의 김대중 후보, 제3정당인 국민당의 정주영 후보였다. 이들 후보자들에 대한 신문 보도에 대해 계열체적 분석을 시도한 결과, 각각의 신문들이 자신들의 선호도에 따라 특정 후보자에게 호감으로 가지고 긍정적으로 보도하였으며, 상대적으로 비호감이 가는 후보자들은 부정적으로 보도하였음이 밝혀졌다(백선거, 1997, pp.182 - 185 참조).

〈표 1〉 서울신문의 계열적 분석

김 영 삼	김 대 중	정 주 영
국민갈구 부응, 시대적 요구의 적극성, 여론에 민감한 정치	국민에 대한 중대한 직무유기	국민기만
단호한 의지, 특유의 추진력, 설득력, 포용력	감정적, 막말	감정적 태도
대선공약 남발하지 않을 것임	선심성 공약, 유언비어성 발언	즉석 발언, 충격적 발언
정치력의 실체	정치 지도자의 도리는 아니다	신뢰감 부족
의회정치의 산물, 순수 민간인 출신		현대와 밀착, 경제인 출신 왕회장
현실인식	과거, 지역주의	
강력한 실천의지	미지수	

(출처: 백선거, 1997, p.182)

〈표 1〉에서 제시하고 있듯이, 당시의 서울신문은 제1정당인 민자당의 김영삼 후보에게 보다 호감을 가지고 긍정적으로 보도하고 있으며, 이에 반해 제2정당인 민주당의 김대중 후보와 제3정당인 국민당

의 정주영 후보에게는 비호감의 기호들을 중심으로 부정적으로 보도하고 있다. 즉, 김영삼 후보에게는 ‘국민갈구 부응’, ‘시대적 요구에 적극성’, ‘단호한 의지, 특유의 추진력, 설득력 및 포용력’, ‘의회정치의 산물’, ‘순수 민간인 출신’, ‘강력한 실천의식’ 등의 긍정적인 기호들로 좋은 이미지와 인상을 받게 하고 있다. 이에 반해, 김대중 후보에게는 ‘지역주의에 근간하고 과거에 집착하고 있으며’, ‘선심성 공약과 유언비어성 발언을 남발하고’, ‘감정에 치우치고 막말을 하며’, ‘국민에 대한 중대한 직무유기를 하고 있으며’, ‘정치지도자의 도리는 아니다’ 등의 기호들을 근간으로 부정적인 이미지를 생성하고 있다. 그리고 정주영 후보에게는 보다 부정적인 기호들을 중심으로 김대중 후보보다도 더욱 부정적인 이미지가 생성되도록 하고 있다. ‘경제인 출신인 왕회장’, ‘현대와 밀착’, ‘즉석 발언과 충격 발언을 일삼고’, ‘감정적인 태도를 자주 보여’, ‘신뢰감이 부족하며’, ‘국민을 기만하고 있다’ 등의 기호들이 바로 이러한 부정적 이미지들을 잘 나타내고 있다.

〈표 2〉 조선일보의 계열적 분석

김 영 삼	김 대 중	정 주 영
김영삼 총재 집권으로 상당한 변화	속 얕이, 대선전략 전면 수정	통일된 목소리 내지 못함
결연한 의지	대여 양면 압박전술, 지지체 협공 노린다	초조함
단심	스마일 퇴색, 물거품	
진퇴분명	상당한 집착, 정면돌파	경제
지난날 피해자	강경대응, 강수	
반독재투쟁, 군정시비 종식		

(출처: 백선거, 1997, p.183)

조선일보 역시 제1정당인 민자당의 김영삼 후보에게 긍정적인 기호들을 활용하여 우호적인 이미지를 양산하고 있다. 이에 반해 제2정당인 민주당 후보인 김대중 후보에게는 아주 부정적인 기호들을 중심으로 활용하여 적대적이거나 비우호적인 이미지를 내포하고 있다. 그런데 제3정당인 국민당의 정주영 후보에게는 이들 두 후보자들에 대한 관심보다는 적으며 정통의 정치인이 아닌 경제인의 대통령직에 대한 도전에 다소 부정적인 인상을 심어주고 있다.

김영삼 후보에게는 ‘반독재 투쟁’을 주도해 왔고 ‘군정에 대한 시비를 종식시킬 후보자’로 부각시키고 있으며, ‘결연한 의지’를 지니고 있고 ‘한 가지 마음을 먹으면 변하지 않으며’, ‘진퇴를 분명히 하는 정치인’이라는 기호들을 사용하고 있다. 그러면서 ‘김영삼 총재가 집권하면 상당한 변화가 야기될 것’이라는 보다 강한 호감을 심어주고 있다. 이에 반해, 김대중 후보에 대해서는 ‘강경대응’, ‘강수’ 및 ‘정면돌파’를 주로 전략적으로 사용하고, ‘대여양면의 압박전술을 주로 사용하고’, ‘지자체 협공을 노리고 있으며’, ‘대선 전략을 전면 수정해야 하는’, ‘속얹이’를 하는 후보자라는 이미지를 심어주고 있다. 그래서 새롭게 등장한 ‘뉴 DJ 플랜’이 실현성이 없고 ‘물거품’ 되었으며 회의적인 이미지를 심어주고 있다.

정주영 후보에게는 ‘경제에 초점’을 맞추고 있음을 강조하고 있긴 하나, 정책이나 비전 제시에 대해 ‘통일된 목소리를 내지 못하고’ 있으며, 다른 두 후보자들에 비해 열세에 놓여 있어 ‘초조해 하고 있음’을 나타내고 있다.

〈표 3〉 한겨레신문의 계열적 분석

김 영 삼	김 대 중	정 주 영
표리부동	원칙 고수	폭탄 선언
말 바꾸기 예사	논리, 설득	거친 표현
수단 방법을 가리지 않는 사람	탄압받은, 즉 피해자	회장
원칙을 저버리는 사람	카리스마, 외경심	약육강식
집요, 파괴	온화, 미소	음흉, 나라를 결판 냄
무모한 대담성	압도	독재
쌈씨가 크다	치밀하다, 꼼꼼하다	철저한 계산

(출처: 백선기, 1997, p.184)

그런데 한겨레신문은 이들 두 신문들과 다른 입장을 취하고 있다. 한겨레신문은 서울신문과 조선일보에서 호감을 가지고 접근했던 김영삼 후보에 대해 부정적으로 취급하고 있으며, 그 반대로 이들 두 신문들에서 부정적이면서 비우호적으로 보도하고 있는 김대중 후보에 대해서는 긍정적이면서 우호적으로 보도하고 있다. 그러면서도 동시에 정주영 후보에 대해서는 아주 극단적으로 부정적 기호들을 활용하여 강한 부정성을 드러내고 있다.

김대중 후보에 대해서는 기존의 ‘정치 세력으로 부터 탄압을 받아왔던 정치인’이며 ‘피해자’이고 ‘원칙을 고수하며’, ‘논리가 설득적이고’, ‘온화한 미소를 띠고 있으며’, ‘상대방을 압도하는 카리스마’를 지니고 있으며 ‘치밀하고 꼼꼼한 정치인’이라는 이미지를 생성하고 있다. 이에 반해, 김영삼 후보에게는 ‘표리부동한 정치인’, ‘말 바꾸기를 예사로 하는 사람’, ‘원칙을 저버리고’, ‘수단 방법을 가리지 않으며’, ‘집요하고 파괴적이고’, ‘무모할 정도로 대담’하며, ‘쌈씨가 큰’ 정치인이라는 인상을 심어주고 있다.

제14대 대통령 선거에 관한 신문보도 분석 결과  
신문들 사이에 대선 후보자들에 대한  
편향성이 있었음이 명확히 드러나

그러면서 정주영 후보에 대해서는 '회장'으로 불릴 정도로 '독재적'이고, '거친 표현을 많이 쓰며', '폭탄 선언을 자주 하고', '철저하게 계산 하에서 움직이며', '약육강식의 철칙을 신봉하고', '음흉하여', '나라를 결판 낼' 사람이라는 이미지를 심어 주고 있다.

이와 같이 제14대 대통령 선거에 있어서 후보자들에 대한 신문 보도의 편향성을 분석해 보면, 신문들 사이에 후보자들에 대한 편향성이 있었음이 명확하게 드러나게 된다. 즉, 서울신문은 제1정당인 민자당의 김영삼 후보에게 '우호적'인 이미지를 심어주고 '긍정적'으로 보도했으며, 제2정당인 민주당의 김대중 후보에게는 '비우호적'인 이미지 하에서 '부정적'으로 보도하고 있다. 제3정당인 국민당의 정주영 후보에게는 '부정적인 인간적 측면'을 강조하면서 '비우호적인' 인상을 심어주고 있다. 조선일보는 김영삼 후보에게는 '아주 우호적'인 이미지를 생성하면서 '강력하게 지원'하고 있으며, 김대중 후보에게는 반대로 '아주 비우호적'이며 '강력하게 부정적'으로 보도하고 있다. 그러나 제3정당인 정주영 후보에 대해서는 서울신문에 비해서는 '부정적'으로 보도하고 있는 것 같지는 않았다. 한편, 한겨레신문은 제2정당인 민주당의 김대중 후보에게 '아주 우호적'인 이미지 하에서 '강력하게 후원'하고 있으며, 제1정당인 민자당의 김영삼 후보에게는 '아주 비우호적'이면서 '부정적'으로 보도하고 있고, 제3정당인 국민당의 정주영 후보에 대해서는 '비우호적인 인간적 면모'를 강조하면서 '부정적'으로 보도하고 있다.

〈표 4〉 제14대 대통령선거에서의 신문들의 편향성

	서울신문	조선일보	한겨레신문
김영삼 후보	우호/긍정	매우 우호/ 매우 긍정	매우 비호감/ 매우 부정
김대중 후보	비호감/부정	매우 비호감/ 매우 부정	매우 우호/ 매우 긍정
정주영 후보	비호감/부정	무관심/부정	매우 비호감/ 매우 부정

둘째, 제14대 대통령 선거에서의 후보자에 대한 편향성을 파악하기 위해 이번에는 방송보도에 대해 분석해 보았다. 주요 분석대상으로는 KBS-1 TV와 MBC의 '9시 뉴스' 및 SBS의 '8시 뉴스'를 선정하였으며, 분석 기간은 선거 공고일인 1992년 11월 20일부터 선거전날인 12월 17일까지의 28일간으로 하였다. 그리고 주요 분석 사항으로는 '후보자에 대한 보도 할당량', '후보자에 대한 영상처리와 음성처리', '후보자에 대한 앵커와 기자 멘트', '후보자의 육성인용과 기자멘트' 등에 있어서 편파성이 드러나고 있는가를 집중적으로 분석하였다(백선기, 1997, pp. 193-223 참조).

먼저, 제14대 대통령 선거에서의 텔레비전 방송 보도에 있어서 후보자들에 대한 보도의 할당량은 수량에 있어서 차이가 드러났으며, 그 순서로는 제1정당인 민자당의 김영삼 후보가 제일 많았으며, 다음으로는 제2정당인 민주당의 김대중 후보, 제3정당인 국민당의 정주영 후보 순으로 나타났다. 당시에 한 시민단체에서 방송보도의 후보자별 보도시간을 모니터 한 결과에서도 이는 잘 드러나고 있다. 서울 YMCA의 '좋은 방송을 위한 시청자 모임'의 모니터에 의하면, 김영삼 후보 129.50초, 김대중 후보 107.20초, 정주영 후보 98.50초 등의 순서로 할

당량에 있어서 차이가 있음을 밝혔다(방송과 시청자, 1993, p.24/ 백선기, 1997, p.201에서 재인용).

두 번째는 텔레비전 보도에 있어서 가장 중요한 보도 기법으로는 텔레비전 매체가 지니고 있는 특수성에 기인하는데, 이른바 '화면의 영상처리 방식'과 '앵커와 기자들의 멘트' 등을 들 수 있다. 이에 대한 분석은 상당한 질적 분석의 수준을 요구하며, 단순한 수량적 비교를 어렵게 만들고 있다. 그리고 바로 이러한 기법들을 통해 후보자들에 대한 차별이나 편파가 이루어지고 있다.

영상기법의 차이로는 '후보자들이 얼마나 자주 클로즈-업 되었는가'라는 유목으로 분석해 본 결과, 김영삼 후보가 김대중 후보나 정주영 후보에 비해 보다 자주 클로즈-업 되었으며, 얼굴 전체가 화면에 가득하게 나오는 'one-shot 클로즈-업' 역시 김

영삼 후보가 여타의 두 후보자들에 비해 많이 나타나고 있었다. 서울 YMCA의 모니터 결과 클로즈-업 횟수로는 김영삼 후보 5.93회, 김대중 후보 4.89회, 정주영 후보 2.29회 순으로 차별적으로 나타나고 있음이 드러났다(방송과 시청자, 1993, p.25/ 백선기, 1997, p.202 재인용). 그리고 선거보도감시연대의 모니터 분석의 결과, one-shot 화면 처리 역시 김영삼 후보 3.1회, 김대중 후보 2.2회, 정주영 후보 1.9회 순으로 차별적으로 나타나고 있음을 밝히고 있다(선거보도감시연대, 제47차 모니터보고서, 1993/ 백선기, 1997, p.203에서 재인용).

그 다음으로는 후보자들이 선거 유세를 함에 있어서 텔레비전 보도가 이를 어떻게 영상화면으로 처리하고 그들의 육성을 인용하였는가에 대해 분석한 결과 후보자들 사이에 많은 차이를 보이고 있음을 알게 되었다. (<표5> 참조)

<표 5> 세 정당 입후보자의 화면구성, 육성처리 및 조화

입 후보자	화 면 구 성	육성처리 및 조화 여부
김 영 삼 후보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자주 클로즈업되고, one-shot으로 얼굴 전면 강조됨</li> <li>• '친근감' 있는 모습이나 '확신'에 찬 모습 자주 보임</li> <li>• 지지자들의 환호하는 모습 잘 나타남</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 육성발언: '분명'하고 '명확'하게 제시됨</li> <li>• 공약내용이 일관되게 '정리'되어 나타남</li> <li>• 청중의 지지나 환호하는 소리가 명료하게 제시됨</li> <li>• 입후보자와 청중의 호흡이 연계를 보여줌</li> </ul>
김 대 중 후보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 클로즈업되기는 하나, 뒤에 많은 사람들과 동시에 방영되어 '뚜렷하게' 제시되지 않는 장면이 많이 나타남</li> <li>• 걸어오는 모습(한쪽 다리의 불편함이 보임)과 뒷모습이 자주 나타남</li> <li>• 유세장 청중수가 많게는 보이나, 화면에 '딱 찬' 모습은 자주 안 나타남</li> <li>• 청중들의 '경청'하는 모습이 자주 보임. 즉 '환호'보다는 '경청'이 모습이 자주 나타남</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 육성발언: '명료'하게 제시 됨. 그러나 끝부분이 '허려지는' 말이 많음</li> <li>• 공약 내용이 일관되게 '정리'되지 않음</li> <li>• 청중의 지지 소리보다 '조용한' 모습이 자주 제시됨</li> <li>• 입후보자와 청중의 호흡이 조화롭지 않아 보임</li> <li>• 김대중 후보의 '청유형' 질문에 대한 반응이 잘 나타나지 않음</li> </ul>
정 주 영 후보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 클로즈업되기는 하나, 뒤에 많은 사람들이 동시에 방영됨</li> <li>• '공격적인' 모습과 '비난 섞인' 모습 자주 방영</li> <li>• 유세장 장면은 거의 대부분 한쪽의 '빈 공간'을 보여줌</li> <li>• 청중들의 '무관심한' 표정이나 '부산함'을 자주 나타냄</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 육성발언: 대체로 명료하나 끝부분이 정확하지 않음</li> <li>• 공약내용이 다양하고 서로 연계되지 않음을 보여줌</li> <li>• 청중의 지지나 환호소리가 자주 '끊어지는' 날이 많음</li> <li>• 입후보자와 청중과의 조화는 잘 이루어지지 않았음.</li> <li>• 정주영 후보의 '양 김' 비난에 대한 부분이 많이 나타났으므로, 청중과의 조화는 크게 나타나지 않았음</li> </ul>

(출처: 백선기, 1997, p. 204)

제14대 대통령 선거에서 방송보도 역시  
다양한 기법을 통해 대선 후보들에 대한  
편향성 드러내

김영삼 후보는 '친근감' 있는 모습과 '확신'에 찬 모습으로 화면이 구성되어 있으며, 유세장 모습은 청중들이 가득 찬 모습과 더불어 지지자들이 환호하는 모습으로 구성되었다. 화면과 더불어 인용된 육성언은 '명확'하고 '분명'하게 제시되고 있으며 '공약내용'의 일부가 잘 정리되어 제시되었고, 이에 대해 청중들이 환호하는 모습으로, 화면과 육성 및 청중의 조화가 잘 이루어진 상태로 제시되었다.

김대중 후보는 여러 사람과 더불어 제시되는 화면을 통해 후보자가 두드러지게 보이는 양태는 아니었으며 자주 후보자가 불편하게 걸어 나오는 모습을 보여 주었다. 유세장 모습도 청중 수가 많게는 보이나 '꽉 찼다'는 인상은 심어주고 있지 않으며, 청중들이 차분히 경청하는 모습은 보여 주었으나 환호하는 모습은 적었다. 그리고 후보자의 육성발언도 끝부분이 흐려지면서 명료하게 인용되지 않았으며, 공약 내용이 일관되게 정리되지 못하였고, 청중들의 환호하는 모습보다는 경청하는 모습을 주로 내보냄으로써 후보자의 주장이나 공약에 호응하고 환호하기 보다는 경청하면서 파악하고 있다는 이미지를 불러일으키게 한다. 이른바, 후보자의 모습, 육성발언, 청중들의 반응이 서로 조화롭지 못한 상태로 구성되어 있음을 알게 되었다.

정주영 후보는 이들 두 후보자들에 비해 여러 가지 점에서 부족하게 취급되었다. 후보자의 모습을 클로즈-업하기는 하였으나 배경에 많은 사람들과 동시에 나타나게 되어 후보자를 뚜렷하게 각인시킬 수 없게 하였다. 또한 상대 후보자들을 '비방하거나', '공격하는 모습'을 자주 내보내어 '공격적인 이미지'를 부각시켰다. 유세장 장면 역시 화면의 한 부분은 빈 공간으로 구성하여 청중들이 다소 부

족하다는 인상을 심어주었으며, 청중들의 모습도 '무관심하거나', '부산하게 움직이는' 모습을 보여 줌으로써 청중들이 별반 지원하고 있지 않다는 이미지를 심어주고 있다. 특히, 후보자의 육성발언은 자주 끊기고 일관되지 않아 공약 내용이 잘 전달되지 않았으며 주로 여타의 두 후보자들에 대한 '공격'에 주목함으로써 정책이나 비전제시가 잘 드러나지 않았다. 나아가 청중들의 환호 소리 역시 자주 끊기어 후보자와 청중의 조화로운 연계가 잘 이루어지지 않았다. 전반적으로, 후보자, 육성발언 및 청중의 연계가 조화롭지 않았으며 일관되지도 않았다.

한편, 후보자들의 육성발언과 영상화면의 조화와는 별개로, 육성발언과 이에 대한 기자의 '마무리 멘트'와의 조화가 또 하나의 중요한 분석기준이 되었다. 이를 기준으로 분석한 결과, 세 개 방송사 공히 김영삼 후보의 '육성발언' 인용 시간이 길었고, 육성발언의 내용도 명료하였으며, 이에 대한 현장기자의 '마무리 멘트'도 서로 간의 연계가 조화롭게 구성되었음을 알 수 있었다(백선기, 1997, pp.208-209 참조: <표6> 참조).

<표 6>에서 제시하고 있듯이, 김영삼 후보의 경우는 육성발언에서 주요 정책이나 비전제시를 하고 있고, 이에 대해 현장기자의 설명이나 해설이 이를 뒷받침하는 양식으로 구성되어 있어 육성발언의 의미가 명료하게 전달되게 하고 있다. 이에 비해, 김대중 후보의 육성발언은 주로 청중들의 의사를 물어보고 그들의 반응을 유도하는 '청유형'과 '청중 소구형'인데 반해, 현장기자의 마무리 멘트는 후보자의 정책과 비전 제시와는 연계되지 않은 상태에서 다시 한 번 정리해 주는 양태로 구성되어 있어,

〈표 6〉 입후보자의 '육성인용'과 '기자멘트'의 차별

방송국	후보자	보도시간	육성인용	기자리포트
KBS-1TV	김영삼	2분 25초	"최소한 인사정책에서만이라도 지역차별을 반드시 없애도록 하겠습니다."	지역감정 해소를 역설했다.
	김대중	1분 58초	"현실을 미국 청년들과 바꾸세요. 여러분이 최고 지성인 아닙니까." "저하고 악수하면 재수 있어요."	대학교 원서접수 창구를 찾아 수험생과 학부모를 격려했습니다.
	정주영	1분 22초	"여러분의 후손과 이 지역의 발전을 위해 여러분은 틀림없이 정주영 후보를 뽑아 주시기 바랍니다."	과거를 청산하고 국민들을 잘 살게 할 수 있는 새 지도자를 뽑는 것이 세계적 추세라 했습니다.
MBC	김영삼	2분 20초	"제가 여러분의 사랑과 도움으로 대통령이 된다면, 다시는 이 땅에 지역감정이라는 말이 없어지도록 하겠습니다."	지역감정 해소를 위한 방안으로 차별 없는 인사정책과 지역 개발 공약 등을 제시했습니다.
	김대중	2분 03초	"학교에서 몇 등이나 해요?" "합격하면 전원이 졸업할 수도 있고, 합격 못하면 졸업 못할 수도 있고..."	재수생만 양산하는 현재의 입시 제도를 획기적으로 개선해 원하는 사람은 누구든지 대학에 들어 갈 수 있도록 하겠다고 말했습니다.
	정주영	1분 52초	"우리 통일 국민당은 전국 방방곡곡의 국민의 뜻에 맞고, 그 지역의 특성에 맞게 모든 것을 개발해서 모든 지역이 골고루 잘사는 지역을 만들겠습니다."	민주화를 위한 투쟁의 시대는 지난 만큼 현 경제난을 타개할 수 있는 자신을 대통령으로 선출하는 것이 흐름에 부합하는 것이라고 지지를 호소했습니다.
SBS	김영삼	2분 28초	"그것은 인사의 소신과 낙후 지역의 개발입니다. 또 하나는 장기적 관점에서 치유하는 것입니다. 국민정서를 바꾸는 것입니다."	지역감정 해소와 낙후지역의 균형개발공약을 제시, 지역갈등이야말로 고질적인 한국병으로 진단, 장기적인 처방책을 제시했습니다.
	김대중	1분 47초	"문호를 열어서 공부하고 싶은 사람은 시켜주고 공부 안 하는 사람은 졸업 안 시키면 된다."	대학 관계자들에게 대학입시를 덜기 위한 자신의 견해를 피력했습니다.
	정주영	1분 34초	"여러분 후손이 대한민국 국민도 아니고 경상남도 시민이라고 그걸로 만족하고 살겠습니까? 우리의 자손들에게 마음을 넓히고 대한민국의 인물을 만들어야 합니다."	다른 후보들이 농사를 지어 봤는가, 나만이 경제를 되살릴 수 있다. 이런 주장으로 한 표를 호소했습니다.

출처: 백선거(1997, pp.208~209/선거보도 감시 연대회의, 11월 26일 KBS, MBC, SBS의 42차 모니터 자료 재인용)

제15대 대통령 선거는 정당을 중심으로 하는  
정치 이데올로기적 차별성이 두드러지기 시작했고  
언론보도 역시 이를 반영하게 돼

후보자의 육성발언의 의미가 잘 전달되고 있지 않다. 정주영 후보의 육성발언은 주로 자신을 지지해 달라는 내용으로 구성되어 있고 '선언적'인 양식을 지니고 있다. 이에 대한 기자들의 마무리 멘트는 서로 간에 조화롭게 연계되지 않은 상태에서, 후보자의 특성이나 개인적 소망과 결부되는 내용으로 구성되어 있다.

2. 제15대 대통령 선거 보도 분석

제15대 대통령 선거에 들어오게 되면 제14대에서와 같은 특정 후보자들 중심의 편향성 보다는 정당을 중심으로 하는 정치 이데올로기적 차별성이 두드러지게 된다. 오랜 세월 동안 '보수 세력'을 대표하는 정당의 집권에 대해 새로운 도전이 시작되었으며, 시민단체들의 정치 및 선거 개입이 본격적으로 시작되었고, '진보 진영'의 등장이 두드러지게 되었다. 그러면서 이들 두 세력 사이에 본격적인 헤게모니 쟁탈전이 시작되게 된다.

따라서 우리 언론은 제14대 대통령 선거에서 보여주었던 것과 달리 정당 및 이념 중심으로 구분되게 되었고, 이러한 구분 속에서 각각 자신의 지지 후보자들을 지원하게 되었다. 전통적으로 신문은 자신이 지니고 있는 이념적 속성에 의해 자신의 이념과 맞는 정당이나 정당 후보자를 지원해 왔고, 이에 대해 사회적인 이해나 공감대가 어느 정도 형성되어 왔다. 미국, 영국, 프랑스, 독일 등의 국가들에서도 신문이 특정 후보자와 긴밀하게 연계되어 있다는 사실은 공공연하게 알려져 있고, 경우에 따라서는 공식적으로 '편집 방향'을 명료하게 밝히기도 한다.

그러나 우리의 경우, 신문이 선거 선진국들과 같이 자신의 지지 후보자를 공식적으로 밝히는 경우는 드물고, '객관보도'와 '공정보도'를 근간으로 하여 공정하게 보도하고 있다고 주장하고 있다. 그러나 실제 선거 상황이나 결과들에 대해 학자들의 연구나 분석들을 살펴보면, 각각의 신문들이 자신의 이데올로기적 편향성에 맞추어 정당 후보자를 직·간접적으로 지지 내지 지원해 왔는가를 금방 알 수 있게 된다. '보수 이념'을 대변하는 조선일보, 중앙일보, 동아일보 등 '조·중·동'의 한 측과 '진보 이념'을 대변하는 '한겨레신문' 등의 또 다른 측이 대립하는 양상을 보이고 있다. 이들 사이에 여타의 신문들이 놓이면서 사안들에 따라 정당이나 후보자들을 지원하거나 반대하는 경향을 보이고 있다. 그리고 일부 신문들은 기존의 정치적 이념이나 이데올로기가 바뀌면서 자신들의 지지 정당이나 후보자도 바꾸어 가는 역사적 양상을 보이고 있다.

제15대 대통령 선거는 집권 여당의 후보로 신한국당의 이회창 후보, 진보 세력을 대변하면서 대통령 선거에 네 번째로 도전하는 국민회의의 김대중 후보와 신한국당 내의 경선에서 패배하고 국민신당을 창당하여 대통령 선거에 도전한 이인제 후보의 대결로 압축되었다. 이들 후보자들에 대한 신문들의 보도는 제14대 대통령 선거 때와는 달리 어느 정도 특정 신문이 특정 후보자를 지원하는 연계의 관계가 보다 명료하게 드러나는 경향을 보이게 된다. 따라서 제14대 대통령 선거 때와 같은 기호학적 분석방법을 동원하여 질적인 차이를 드러낼 필요성이 많이 약화되었다. 학계뿐만이 아니라 일반인들도 특정 신문이 특정 정당 및 후보자를 지지하

고 있다는 정도는 알게 되었다. 보수 신문들은 보수적 경향을 지닌 정당이나 후보자를 지지하며, 진보나 개혁적 이념을 지닌 신문들은 진보적 성향을 지닌 정당이나 후보자를 지지하고 있다는 사실을 인지하고 있다.

그런데 제15대 대통령 선거부터는 신문 보도의 중요성보다는 텔레비전 보도의 중요성이 보다 더 배가되는 시기가 되어 갔으며, 우리 정치사에 있어서 '미디어 선거'로 대변되는 시기가 도래하였다. 이는 미디어의 선거 개입의 '꽃'인 후보자들 사이의 '텔레비전 토론'이 최초로 시도되게 되었고 이후에는 하나의 미디어 선거 정형으로 자리 잡게 되었다.

텔레비전의 선거 개입과 그에 따른 영향은 제13대 대통령 선거 시는 물론이고 제14대 대통령 선거에서도 잘 나타나고 있다. 그러나 당시의 텔레비전 영향력은 신문 보도의 영향력에 비해서는 크다고 할 수 없었다. 그러나 제15대 대통령 선거부터는 '텔레비전 토론'이 가미되면서 텔레비전이 선거에 미치는 영향력은 증대되었고, 그에 따라 텔레비전이 특정 후보자를 어떠한 방식으로 보도하는가 하는 것이 초미의 관심이 되어갔으며, 텔레비전 보도의 편향성 내지 공정성은 끊임없이 선거 보도의 쟁점이 되게 되었다.

특히 텔레비전은 국가의 자산인 '전파'를 활용하여 보도하고 있기 때문에 '공정성'을 담보해야 하고, 특정 정당이나 후보자를 선호하거나 지원해서는 안 된다는 전제논리를 바탕으로 하고 있다. 신문의 경우는 소유주의 경향이나 편집 방향에 따라 정당이나 후보자들을 지지함에 있어서 어느 정도 양해되거나 이해되는 부분들이 존재하지만, 텔레비전의 경우는 이 같은 편향성이나 공정성 훼손은 용납되지 않는 중차대한 문제라고 아니할 수 없다.

그럼에도 불구하고 우리의 텔레비전 방송들은 집권 여당이나 후보자들에게 다소 우호적으로 편향되어 있는 경향을 보여 왔으며, 여타의 정당이나 후보자들에게는 다소 냉정하거나 부정적인 반응을 보이는 경향을 지니고 있었다. 특히 KBS의 경우 국가 기간방송이라는 기치가 무색하게 경우에 따라서는 특정 정당이나 후보자에게 치우친 경향을 보여 주어 비난을 받은 바도 있다. 이외에도 MBC와 SBS의 경우도 논란을 불러일으킨 적도 많이 있었다. 그러나 텔레비전의 편향성 내지 공정성 시비는 평가하거나 분석하는 시각에 의한 평가가 영향을 미치게 되기 때문에, 누구나가 다 납득할 수 있는 결론을 도출하기가 아주 힘들다. 특정 정당이나 후보자를 지지하는 입장에서 보면 자신의 지지 정당이나 후보자가 다소 소홀하게 취급당하기도 하고 상대적으로 경쟁 정당이나 후보자들이 보다 더 많이 취급되고 우호적으로 다루어진다고 볼 수 있기 때문이다.

제15대 대통령 선거에 있어서 당시의 텔레비전 방송들은 대체적으로 후보자들을 공정하게 보도하도록 노력하였으나, 텔레비전 토론의 경우와 이를 다시 보도하는 연계에서 볼 때, 후보자들에 대한 보도에 있어서 다소 간의 편향성은 보여주었다고 할 수 있다. 당시 신한국당의 후보인 이회창 후보에게는 감사원장, 국무총리 및 정당대표를 역임한 경력으로 볼 때 당시의 경제난국의 책임을 부각시켰고 아들의 병역에 대한 비리를 중점적으로 다루었으며, 국민회의의 김대중 후보에게는 대통령 선거 불참을 선언했다가 다시 대선에 출마한 점과 정경유착적 성격을 지닌 '20억 + α수수료'를 집중 취급하였으며, 국민신당의 이인제 후보에게는 '경선 불복'에 대해 집중 추궁하였다(백선거, 2003, pp.273 - 283 참조).

이에 대해 어느 부각점이 보다 더 큰 영향을 미

제15대 대통령 선거 시부터는 언론의 보도 방식이  
‘긍정형 보도’에서 ‘부정형 보도’로  
바뀌기 시작해

쳤는가에 대한 평가는 연구자들 사이에서 다를 수 있으나, 유권자들이 후보자에 대한 선택을 할 때 중요한 영향을 미쳤을 것이라는 견해에는 대체로 수긍하게 된다. 물론, 각 정당이나 입후보자들은 자신들의 입장에서 텔레비전 보도가 편향되어 있고 공정하지 못했다는 문제제기를 할 수 있지만, 이에 대한 정확한 판정은 내리기 어렵다. 뿐만 아니라, 명백한 근거 자료들을 근간으로 평가했음에도 불구하고, 텔레비전 방송사나 관계자들 역시 수긍하기 힘든 경향을 보이고 있다. 따라서 대통령 선거가 끝난 이후에 개최된 각종 세미나나 토론회에서 학자들과 텔레비전 선거 담당 책임자들과의 논의는 항상 합의를 도출하기 힘들고, 설전의 양상으로 전개되며, 서로 간의 불신만이 가득한 채 끝나게 된다.

본 연구자의 견해로는 제15대 대통령 선거 시의 언론 보도의 편향성은 신문의 경우는 이제 보편적으로 자신들의 이념에 맞는 정당이나 후보자를 후원 내지 지지하고 있다는 점이 어느 정도 받아들여지고 있고, 보도의 편향성 논의는 텔레비전으로 넘어오게 되었다는 점이다. 그리고 텔레비전 보도에 있어서 기계적인 평등성과 그에 따른 공정성은 어느 정도 지켜나가고 있으나, 여전히 눈에 보이지 않는 편향성이 존재하고 있음도 확인할 수 있었다. 이회창 후보에게는 ‘경제 책임론’과 ‘아들의 병역 문제’가 아주 크게 부각되었고, 김대중 후보에는 ‘노 대통령에게 받았다고 의혹 받는 20억+ α수수설’과 ‘이념 논쟁’이 쟁점화 되었으며, 이인제 후보에게는 ‘경선불복’이라는 점이 약점으로 부각되었다.

이제 텔레비전 보도는 이전의 선거 보도의 양태

와는 다른 현상을 보이기 시작했다. 이전의 경우 우리 언론들은 자신들이 지지하는 정당이나 후보자의 장점들을 주목하여 긍정적으로 보도하는 경향을 보였으나, 제15대 대통령 선거 시부터는 상대 정당이나 후보자들의 약점을 부각시켜 부정적으로 보도하는 경향을 보이고 있다. 즉, 이전의 보도 방식이 강점과 장점들을 어떻게 부각시키는가 하는 점이 주요 방향이었다면, 이제는 어떻게 상대 정당이나 후보자들의 약점을 보다 크게 부각시켜 부정적인 이미지를 심어주는가 하는 것이 주요 방향이 되게 되었다. 우리 선거 보도 경향이 ‘긍정형 보도(positive coverage)’에서 ‘부정형 보도(negative coverage)’로 바뀌는 시점이라고 할 수 있다.

3. 제16대 대통령 선거 보도 분석

제16대 대통령 선거 역시 정당 및 후보자들에 대한 우리 언론의 편향성 시비와 그에 따른 공정성 논란이 심대했던 선거였다. 신문의 후보자들에 대한 편향성은 일반인들 보다는 후보자 당사자들에 의해 크게 제기되었으며, 텔레비전 보도의 편향성에 대해서도 정당이나 후보자들 측에서 크게 문제를 제기한 선거전이였다.

제16대 대통령 선거는 민주당의 노무현 후보, 한나라당의 이회창 후보, 민주노동당의 권영길 후보의 삼파전이였다. 이 당시 민주당의 노무현 후보는 집권 정당인 김대중 정권의 후원을 받고 있었으나 국회에서는 제1정당이 되지 못하였고, 한나라당의 이회창 후보는 야당의 후보자였으나 여론조사에서 앞서 나갔으며 국회 제1정당의 지원을 받고 있었다. 이에 반해 민주노동당의 권영길 후보는 대통령

선거 후보자이기는 하였으나 지지 기반 및 세력은 미미한 상태였다. 따라서 제16대 대통령 선거는 실제로는 노무현 후보와 이회창 후보 사이의 '2파전'이라고 할 수 있다.

신문의 보도 양태로는 훗날 노무현 후보가 대통령으로 당선되면서 최초로 시작한 정책이 신문과 관련한 언론정책이었으며 기존의 언론구조를 바꾸려고 한 것일 정도로 신문의 편향성이 심했다고 평가되는 보도 경향을 보여주고 있다. 이른바 노무현 정권과 '조·중·동'과의 싸움이 시작되는 계기가 되는 것이다. 이는 물론 노무현 후보자 측의 평가였으며, 그들이 당선됨으로써 이를 실천화시키게 된 것이지, 이에 대한 평가가 학술적으로 내려진 것은 아니었다.

신문의 특정 정당이나 후보자에 대한 편향성은 이미 보편화되어 있으며 전 세계적으로 받아들여지고 있다. 아주 극심한 상황이 아니라면 신문의 경우 어느 정도의 편향성은 용인되고 있는 경향이다. 물론 우리의 신문들도 미국이나 유럽의 신문들처럼 자신의 지지 정당이나 후보자들을 밝히면서 보도하면 더욱 바람직할 수 있다고 보겠는데, 우리의 신문들은 아직 이러한 선언을 공식화시키지는 않고 있다. 외양적으로는 객관보도와 공정보도를 표방하고 있지만 실제로는 특정 정당이나 후보자를 지지하는 '이중적인 경향'은 언론의 윤리라는 관점에서 보면 별로 옳바르지 않은 것 같다.

특히, 우리의 언론의 경우 언론인들이 정치인으로 변모하는 경우가 많다. 유명 기자나 논설위원 및 방송의 보도 진행자나 해설자들이 특정 정당이나 후보자를 비공식적으로 지지하거나 후원하다가 그 후보자가 당선되면 정치인으로 변신하는 경우가 많은데, 이는 윤리적으로 문제가 심대한 현상이다. 제15대와 제16대 대통령 선거에서 이러한 경향이

크게 두드러졌었다(백선거, 1999, pp.145 - 213 참조).

당시의 신문들은 자신들의 이념적 성향에 따라 극명하게 구분되었으며 조선일보, 중앙일보, 동아일보 등은 보수 성향을 근간으로 보수와 우익의 경향을 보이는 이회창 후보를 지지하였으며, 한겨레신문 등은 개혁과 진보를 표방하는 노무현 후보를 지지하였다. 그 방식은 자신의 지지 정당이나 후보자의 장점들을 부각시키고 약점들을 약화시키는 방향으로 이중적인 측면에서 편향성을 보여주었다. 이회창 후보에 대해서는 '강직함'과 '울곧음'을 강조하였고 상대적으로 '경제책임론'이나 '아들 병역비리'는 약화시키는 방향으로 전개하였으며, 노무현 후보에 대해서는 '신선함'과 '자신감'을 강조하였으나 'DJ 정권의 계승자'와 '거칠고 투박함'을 부정적으로 부각시켰다. 본 연구자가 수행한 연구의 결과를 토대로 할 때, 조선일보는 노무현 후보나 권영길 후보를 공격하면서 역설적으로 이회창 후보를 지지하였고, 한겨레신문은 이회창 후보와 권영길 후보를 공격하면서 노무현 후보를 지지했다는 점이 밝혀졌다(백선거, 2004, pp.381 - 384 참조).

제16대 대통령 선거 역시 신문의 영향력보다는 텔레비전 방송의 영향력이 배가 된 선거전이었다고 할 수 있다. 노무현 후보가 민주당의 대선후보로 선정되는 과정도 드라마틱한 텔레비전 토론과정을 거쳤으며, 정몽준 후보와의 단일 후보 경쟁에서도 텔레비전 토론이 결정적으로 기여하였고, 정당 간의 텔레비전 토론에서도 이회창 후보와 경쟁할 수 있게 된 것도 모두 텔레비전의 선거 개입으로 인한 결과라고 할 수 있다.

당시의 텔레비전 보도는 후보들에 대한 기계적인 평등성은 어느 정도 지켜져 이에 대한 논란은 별로 없었으나, 암묵적이거나 드러나지 않은 불평등성이 존재하여 커다란 쟁점이 됐다. 특히, 이 당시의 선

제16대 대통령 선거가 진행되면서 텔레비전 선거 보도는  
지지하지 않는 후보와 연계된 사안 등을 부정적으로 부각,  
자신들이 지지하는 후보를 지원하는 교묘한 방식 사용해

거는 후보자들에 대한 음해성 폭로가 많았는데, 텔레비전 방송이 이에 대해 사실 확인 없이 보도함으로써 인해 결과적으로 피해를 보는 후보가 나타나게 되었다는 점이다. 이회창 후보의 경우 '아들 병역 비리', '금품 의혹', '북한과의 적대 관계로 인한 의혹' 등 이른바 '금품', '북풍', '병풍'으로 이어지는 세 가지 의혹 사건들에 대해 텔레비전 방송들이 사실에 대한 확인 없이 그대로 여과 없이 보도하게 되어 치명적인 상처를 입게 되었다. 훗날 이들 세 가지 사안들 모두 법원에서 '무혐의'로 처리되었으나 선거에서 이미 패배한 결과를 돌릴 수는 없는 일이었다. 선거 때마다 쏟아져 나오는 이른바 '폭로보도'에 대해 텔레비전 방송이 어떻게 대처해야 하는지를 잘 보여주고 있는 대목이라고 할 수 있다.

이와 같이 제16대 대통령 선거에서의 후보자에 대한 편향성은 뚜렷하게 드러나고 있지는 않으나, 특정 후보자에게 연계되어 있는 이슈나 사안들을 부각시키거나 확대 보도함으로써 간접적인 효과를 불러 일으켰다고 할 수 있다. 따라서 당시의 선거 양상은 이회창 후보 대(對) 노무현 후보의 대결 구도라기보다는 '이회창 후보 대 반 이회창 후보'의 대결 구도로 전개되었으며, '노무현 후보가 당선된 것이 아니라 이회창 후보가 당선되지 않은 것'이라는 평가를 내릴 수 있다. 이러한 관점에서 본다면, 이회창 후보와 연계되는 주요 쟁점들을 끊임없이 부각시켰고, 상대방의 폭로들에 대해 여과 없이 보도함으로써 이회창 후보에게는 부정적 영향을 미치게 되었고, 그 대신 반사 이익으로 노무현 후보가 당선된 것이라고 할 수 있다.

본 연구자와 유우현이 2002년 12월 3일부터 대통

령 선거일을 앞둔 12월 18일 사이에 텔레비전 토론과 이에 대한 언론보도의 경향에 대해 분석한 결과, MBC 방송은 이회창 후보와 권영길 후보를 공격하면서 상대적으로 노무현 후보를 지지하고 있고, KBS는 노무현 후보와 권영길 후보를 공격하면서 이회창 후보를 지지하는 것으로 밝혀졌다(백선거, 2004, pp. 373 - 384 참조).

이제 텔레비전 보도는 특정 정당이나 후보자를 선정하여 지지하는 것이 아니라, 지지하지 않는 정당이나 후보자와 연계된 사안이나 쟁점들을 부정적으로 접근함으로써 자신의 지지 후보자를 지원하는 '우회적이고 간접적인 방식'을 채택하고 있다. 이는 보도의 편향성 시비에서 벗어날 수 있는 좋은 방법이며, 그러면서도 자신들이 추구하는 목적을 달성할 수 있는 교묘한 방식이라고 하겠다.

### III. 2007년 제17대 대통령 선거에 있어서 편향성 시비 우려

2007년은 제17대 대통령 선거가 실시되는 해로서 벌써부터 우리 언론은 이번 선거에 지대한 관심을 기울이고 있다. 이미 작년 말부터 각종 여론조사들을 통해 예비 후보자들을 부각시키고 있고, 이들 여론조사 결과에 의해 유력 후보자들이 스스로 후보자 대열에서 이탈하는 경향을 보이고 있다.

이번 선거는 여러 가지 관점에서 이전의 선거 양상과는 많은 차이점을 보이고 있다. 첫째, 집권 여당의 후보자는 등장하지 않고 혼미한 상태이며, 여당 자체가 해체되는 상황에 빠져 있어 어떻게 후보자를 도출할지 모르는 상황이 되어 있다. 둘째, 이

와는 상대적으로 야당인 한나라당은 강력한 대선 후보자들이 뚜렷하게 드러나 있고, 이들 사이의 경쟁이 치열하게 전개되고 있다. 셋째, 순수 정치인이 아닌 여러 영역의 전문가들이나 명망가들이 주변의 권유를 통해 각 정당의 대선 경쟁에 참여하려 하고 있거나 중도 탈락하는 경향을 보이고 있다. 행정가였던 고건 전 총리를 중심으로 정치세력화를 시도 하던 기도가 중도에 포기되었고, 서울대 전 총장이었던 정운찬 교수가 세력 모색을 시도하다가 중도에 탈락한 것이 아주 좋은 예이다. 이제는 정통 정치인이 대선 주자가 되는 것이 아니라, 대선에서의 승리 가능한 인물이 세력을 모아 움직이면서 정치인으로 변모하는 시대가 도래 한 것 같다.

아직 시기상조이긴 하나 본 연구자는 이들 대선 주자들에 대해서도 우리 언론들이 보도에 있어서 편향성을 보이고 있는가에 대해 연구를 해오고 있다. 2007년 1월 1일부터 진행하고 있는 본 연구는 신문들을 중심으로 이루어지고 있으며, 각 정당의 대선주자들이 결정되면 텔레비전 보도에 대해서도 시행할 계획이다.

따라서 본격적인 대선 상황이 전개되지도 않은 상태에서 일부의 결과를 발표하는 것은 시기상조이나, 현재까지 드러난 대선주자들에 대한 보도에 있어서도 편향성이 일어나 공정성의 시비가 된다면 미연에 이를 방지할 수 있는 방안들을 제시하는 것이 바람직하다고 생각하여 몇 가지 결과들을 공유하고자 한다.

현재까지 대선 후보로 유력한 후보자들로는 한나라당의 이명박 전 서울시장과 박근혜 전 한나라당 대표, 한나라당을 탈당하고 독자세력을 모으고 있는 손학규 전 경기도지사를 들 수 있다. 이들에 대한 우리 언론 보도가 어떠한 태도를 취하고 있는지 분석하였으며, 조선일보, 한겨레신문 및 경향신문의

기사들을 중점적으로 분석하였다. 분석 시기는 2007년 1월 1일부터 5월 15일까지를 기간으로 선정하였다.

조선일보의 경우는 이명박 전 시장에 대해서 우선적으로 취급하고 있고 이명박-박근혜-손학규의 순서로 보도하고 있으며 이명박 전 시장에 대해 중요하게 취급하고 있다. 그러나 호감이나 우호적인 측면에서 보면 박근혜 전 대표에게 보다 우호적인 태도를 취하고 있다. 아직 이들 두 대선주자들에게 명확한 우호 표시는 하지 않고 있다고 할 수 있다. 이에 비해 손학규 전 경기도지사에게는 호의적이거나 비호의적인 정서적 태도를 보이지 않고 있으며 크게 다루지도 않고 있다. 또한 한나라당을 탈당한 이후에는 아주 냉담한 태도를 취하고 있다.

한겨레신문은 이명박 전 서울시장에 대해 비우호적이며 부정적인 보도 태도를 취하고 있으며, 그의 정책과 개인적 행태들 모두를 비판적으로 보도하고 있다. 박근혜 전 한나라당 대표에 대해서도 부정적으로 보도하고 있으나, 이명박 전 서울시장에 비해서는 우호적으로 보도하며 가끔씩 호감을 표시하기도 한다. 그러나 이명박과 박근혜 양 대선후보들을 함께 묶어서 부정적으로 취급하고 있다. 이에 반해, 손학규 전 경기도지사에 대해서는 긍정적으로 평가하고 있으며, 한나라당 탈당에 대해서도 그다지 크게 문제 삼지 않고 있다. '범여권의 단일 후보'의 가능성을 높이 평가하고 있으며, 정책적 가능성에 대해서도 우호적인 평가를 내리고 있다.

경향신문은 최근에 여러 가지 변화를 거치면서 '진보 성향'의 이념성을 지니게 되었는데, 예상했던 바와 같이, 보수 성향을 보이고 있는 대선주자들에게 비우호적이며 부정적인 보도를 하고 있다. 이명박 전 시장과 박근혜 전 대표를 묶어서 공격하는 경향을 띠고 있으며 이들의 정책이나 비전들에 대해서도 비판하고 있다. 그러면서 열린우리당에

2007 대선에서 언론이 편향성 시비에 휘말리지  
않으려면 언론인 정신을 바탕으로 전문가적인  
능력과 자세, 균형적 감각 갖춰야

대한 비판과 비난은 자제하는 한편 범여권 후보의 등장 가능성을 기대하고 있다. 손학규 전 경기도지사에게 대해서도 긍정적인 평가를 내리고 있지 않으며 비우호적으로 취급하고 있다.

이와 같이, 다소 시기상조이긴 하지만, 우리 언론의 2007년 대통령 선거를 보도하는 과정에서 논쟁이 될 편향성에 대해 살펴 본 결과, 그러한 우려가 현실화 될 가능성을 지니고 있음이 드러나게 되었다.

#### IV. 결 론

이상과 같이 우리나라에서 전개되었던 대통령 선거에 있어서 우리 언론들이 취했던 공정성 시비, 특히 정당이나 후보자들에 대한 편향성에 대해 논의하였다. 우리 언론들이 취했던 보도 태도들을 대통령 선거가 제대로 실시되었던 제14대 대통령 선거부터 제16대 대통령 선거까지 다시 한 번 검토해보았고, 최근의 대선주자들에 대한 언론 보도의 경향들도 살펴보았다.

이들 논의들을 근간으로 할 때, 우리 언론보도는 신문과 텔레비전 보도에 있어서 서로 공유되는 부분들도 있지만 서로 공유하지 않은 상태에서 전개되는 부분들도 있음이 드러나게 되었다. 전반적으로 신문이나 텔레비전은 선거전을 보도함에 있어 공정성을 높이기 위해 노력하고 있고, 편향성의 시비에서 벗어나고자 노력하고 있음이 드러났다. 그러나 아직도 일부 부분에서는 여전히 편향성 시비에 시달릴 우려가 있다는 점도 발견되었다.

먼저, 신문의 경우는 신문의 이념적 경향에 따라

우호적으로 취급하는 정당이나 후보자들이 존재하고 있음이 밝혀졌고, 이는 여러 가지 정황을 통해 사실로 드러나게 되었다. 그러나 이는 전 세계적인 추세에서 볼 때 하나의 전형으로서, 비난하기 보다는 우리의 신문도 자신의 지지 정당이나 후보자를 명확하게 밝히는 것이 보다 바람직하지 않은가 하는 의견을 제시해 본다. 신문의 경우, 이러한 방향성을 지니게 되면 독자들의 수가 반감할까 우려하게 되는데, 그보다는 독자, 특히 유권자의 명확한 판단을 유도하고 자신의 신문을 그러한 관점에서 선택하게 하는 현명함을 지니는 것이 보다 바람직하다고 생각한다. 이미 우리 사회에서 독자들은 어느 신문이 어떠한 이념적 편향성을 지니고 있고, 특정 정당이나 후보자를 지지하고 있는가를 명확히 알고 있다. 예를 들면, 조선일보, 중앙일보, 동아일보가 보수 성향의 신문이며, 한겨레신문과 경향신문이 진보 성향의 신문인 것을 알고 있는 것과 같다.

텔레비전의 경우는 미디어 자체의 속성과 성격에 의해 신문과 같이 자신의 지지 정당이나 후보자를 공개적으로 거명할 수도 없고 공식화 할 수도 없다. 국가 자산인 '전파'를 사용하고 있기 때문이다. 그런데 실제로는 역대의 대통령 선거들에서 우리 텔레비전 방송사들이 특정 정당이나 후보자를 우호적으로 보도하고 긍정적으로 취급하였음이 드러나게 되었다. 더욱이 텔레비전의 영향력이 신문의 영향력을 능가하면서부터는 매번 대통령 선거 때마다 같은 텔레비전 보도의 편향성 시비는 점점 커져가고 있다.

나아가 이제 텔레비전 보도는 특정 정당이나 후보자를 선정하여 지지하거나 후원을 보내기 보다는

일반 보도나 텔레비전 토론에 대한 보도들에 있어서 특정 후보자의 단점이나 약점들을 부각하거나, 그것들에 대한 폭로들을 사실 확인 없이 확대 보도함으로써 상대적으로 자신이 지지하거나 우호적인 정당이나 후보자에게 유리하게 전개되는 방식으로 교묘하게 발전해 가고 있다.

이와 같이, 신문이나 텔레비전 방송이 특정 정당이나 후보자를 지원하거나 후원한다면 어떠한 통제로도 이를 막기는 힘들다. 왜냐하면, 이제는 명확하거나 노골적인 지지나 반대는 하지 못하게 되었으며 할 수도 없는 상황이다. 그러나 편파성이란 기준이 다소 상대적인 관점이기 때문에 지지자와 반대자의 측면에서 서로 다른 판단을 내릴 수 있다. 그리하여 편파성 시비와 그로 인한 공정성 시비는 끊임없이 전개될 것이다.

이러한 시비를 방지할 수 있는 유일하고 효과적인 방안은 언론인들이 언론인의 전문가적인 자세와 윤리적인 자세를 굳건히 지켜내는 것이다. 선거를 다룸에 있어서 정당이나 후보자의 이해관계에서 보도를 할 것이 아니라, 국가와 국민의 시각에서 선거를 다루었으면 한다. 신문의 경우도 지나치게 자신의 이념에 맞는 정당이나 후보자를 지지할 것이 아니라, 국가의 방향이나 국민의 이익에 봉사할 수 있는 지도자를 선택할 수 있도록 도와주어야 한다. 텔레비전 방송의 경우는 이보다 더 심한 도덕성과 윤리성이 요구되는데 국가 소유의 전파를 사용하는 입장에서 특정 정당이나 후보자를 지지하는 것은 윤리적으로 어긋나는 것이다. 따라서 자신에게 우호적인 정당이나 후보자를 지원해주고 긍정적으로 보도해서는 안 되며, 모든 보도에 있어서 가장 중요한 가치는 국가와 국민의 이익에 봉사하는

것임을 상기해야 할 것이다. 그 다음으로는 같은 사안을 보도함에 있어 균형적인 감각을 지니고 보도하면 되는 것이다.

특정 이슈나 사안에 대해 긍정과 부정, 우호와 비우호적인 측면이 있을 수 있는데, 이에 대해 모두를 수용하는 방식으로 보도하면 된다. 본 연구자가 끊임없이 주장해 온 대로, 언론 보도의 기본 원칙을 '객관보도'나 '공정보도'라고 했을 때 이를 지켜낼 수 있는 구체적 실현방안은 '사실성 확보'와 '균형성 구축'이며 이 두 원칙만 확실하게 지켜내면 '객관보도'와 '공정보도'를 달성할 수 있으리라 본다. 사실성을 확보하여 오보의 비난에서 벗어날 수 있으며, 균형성을 확보하여 편향성 시비에서 벗어날 수 있다.

결론적으로, 이번 2007년 대통령 선거에서 우리 언론들이 편향성 시비나 공정성 시비에서 벗어날 수 있는 방안은 철저하게 언론인 정신으로 무장하는 것이며, 전문가적인 능력과 사실을 확인하려는 보다 적극적인 자세를 견지하고, 쟁점 사안들에 대해 균형 감각을 유지하고, 이를 지면이나 방송에서 지켜내려는 의지를 갖는 것이다. 2007년 대통령 선거에 임하는 우리 언론인들의 노력과 분발에 큰 기대를 걸어 본다. □

#### 〈참고문헌〉

- 강준만(1992). 대선 TV토론의 정치학. 『월간사회평론』. 제 92권 7호. 62-65.
- 김영식(2000). 우리나라 신문의 선거보도 특성에 관한 연구: 제15대 대선을 중심으로. 『2000한국언론학회 봄철정기학술대회 자료집』. 189-206.
- 김정기 외(1999). 『한국 언론의 병리』. 커뮤니케이션북스.

- 김중배(1992). 정치에 재갈 물리지 말아야. 『월간 사회평론』, 제92권 11, 12호, 87-90.
- 김진영(2006). 후보자 이미지 형성에 관한 미디어의 차별적 효과와 미디어 이용, 대인커뮤니케이션, 투표참여 간의 상호관계에 관한 연구. 『한국언론정보학보』, 제32호, 113-146.
- 김형준(2003). 미디어와 인터넷 선거운동에 대한 평가. 『한국정치학회 2003년도 춘계학술회의 자료집』, 94-114.
- 박건식(2007). 대선 후보 보도, 무엇이 문제인가. 『인물과 사상』, 제106호, 126-135.
- 박재영(2005). 공정성의 실천적 의미: 문화일보 2002년 대선 보도의 경우. 『한국언론학보』, 제49권 2호, 167-195.
- 백선기(1995/1997). 『보도의 기호학』. 성균관대 출판부.
- \_\_\_\_\_ (1997). 『한국 선거보도의 기호학』. 커뮤니케이션북스.
- \_\_\_\_\_ (1999). “언론의 이해 상충 관계: 언론인의 언론업무 수행 시에 발생하는 이해 상충적 현상을 중심으로”. {김정기 외(1999). 『한국 언론의 병리: 21세기를 위한 분석과 대안』. 커뮤니케이션북스}.
- \_\_\_\_\_ (2003). 『텔레비전 영상 기호학』. 미디어24.
- \_\_\_\_\_ (2004). 『한국 언론보도의 기호학』. 커뮤니케이션북스.
- 신호창(1993). 대선 캠페인 분석과 언론통치의 악순환. 『저널리즘비평』, 제9권, 79-87.
- 이강형(2004). 대통령 후보의 텔레비전 토론이 후보 이미지 변화에 미치는 효과: 제16대 대통령선거 후보 토론회 패널 조사 연구. 『한국언론학보』, 제48권 2호, 346-372.
- 이상길(2003). 미디어는 정치를 잠식한다: 여론조사 보도의 그늘. 『당대비평』, 제21호, 113-128.
- 이준웅(1998). 후보 이미지의 정치적 영향력에 대한 사회인지론적 설명: 15대 대통령 선거를 중심으로. 『한국언론학보』, 제43권 2호, 243-284.
- 이효성(2003). 대중매체와 인터넷 이용이 16대 대선 관심과 후보인지도에 미치는 영향에 대한 고찰. 『한국방송학보』, 제17권 4호, 7-36.
- 임동욱(1998). 광주·전남 지역 언론의 15대 대선 보도: DJ 선생을 대통령으로. 『저널리즘비평』, 제23권, 50-53.
- 탁진영(2005). 후보자 이미지 형성에 미치는 텔레비전 정치광고의 효과에 관한 연구: 이미지 구성요소를 중심으로. 『광고학연구』, 제16권 1호, 7-35.