

선거보도 심의 사례 분석

권 오 근

언론중재위원회 심의팀장

□ 언론중재위원회 조정심의본부 심의팀장

□ 선거기사심의위원회 실무 담당

I. 들어가는 말

우리 헌법은 제21조 제1항, 동조 제4항을 통해 우리 언론에게 표현의 자유를 보장함과 동시에 사회적 책임을 지우고 있다. 이러한 헌법정신에 의거 '언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률'(이하 '언론중재법'이라 한다)도 제4조 제1항¹⁾에서 언론의 자유와 함께 보도의 공정성·객관성 준수 의무를 강조하고 있다. 따라서 언론의 일상적인 보도에서 언론보도의 자유와 국민기본권이 충돌할 경우 양자에게 동등한 수준의 가치를 인정하는 것은 지극히 당연하다 할 것이다.

그러나 선거보도에서는 선거라는 보도환경의 특수성과 선거보도가 선거결과에 미치는 막강한 영향력 그리고 선거가 공공적·사회적 의미를 지녔다는 점 등으로 언론의 자유보다는 국민기본권 보호에 보다 높은 가치를 부여할 필요가 있다.

이러한 이유로 공직선거법(이하 '선거법'이라 한다) 제8조는 '신문·방송·통신·잡지·인터넷 언론 등 언론사가 정당의 정강·정책이나 후보자의

정견 기타 사항에 관하여 보도·논평을 하는 경우 공정하게 할 것'이라며 언론기관의 공정보도 의무를 부여하고 있고, 동법 제254조는 '선거운동기간 전에는 언론을 이용하여 선거운동을 하거나 하게 하지 못하도록'하고 있다.

그럼에도 불구하고 매년 선거 때마다 언론 매체들은 후보자들의 유·불리를 좌우하는 기사들을 다량으로 생산해 내고, 이러한 기사는 곧바로 유권자들의 판단에 영향을 미치면서 후보자들의 당락 여부에 결정적 역할을 한다.

이처럼 언론의 선거보도는 선거결과에 매우 중대한 영향을 미친다. 미디어 정치가 정착돼 가고 미디어가 선거에서 차지하는 비중이 커지면서 이러한 영향력은 갈수록 커지고 있다. 민주사회에서 언론은 유권자가 최적의 선택을 할 수 있도록 불편부당(不偏不黨)한 선거보도 태도를 갖춰야 할 것이다.

이에 본고에서는 최근 있었던 제17대 대통령 선거와 제18대 국회의원 선거의 선거보도 유형을 선거기사심의위원회(이하 '선심위'라 한다)의 심의대

1) 언론에 의한 보도는 공정하고 객관적이어야 하고, 국민의 알 권리와 표현의 자유를 보호·신장하여야 함.

**선거보도는 선거결과에 큰 영향을 끼치므로
언론은 유권자가 최적의 선택 할 수 있도록
불편부당한 보도태도 갖춰야**

상인 일간신문 등 인쇄매체를 중심²⁾으로 살펴보고 불공정보도의 사례를 분석하는 한편, 예방 및 개선 방안을 강구해보고자 한다.

국내 선거는 대통령 선거, 국회의원 선거, 전국동시지방 선거 등으로 대별되지만 각 선거별 선거보도 양태의 차(差)가 크지 않아 최근 두 선거 관련 보도의 사례분석이 근래의 선거보도 전반에 있어 나름대로 대표성을 띤다 해도 무방할 것으로 생각한다.

II. 선거보도의 일반적 유형

1. 정당의 정강·정책 및 후보의 공약 보도

정당의 정강·정책과 후보의 공약 보도는 선거보도의 가장 바람직한 보도유형이라 할 수 있다.

대의정치(代議政治)가 정당정치로 전개되는 이 시대의 정치상황에서 언론은 정당의 정강·정책을 일반 유권자들에게 알리고, 이를 통해 유권자는 자신의 판단 하에 지지정당을 선별하게 된다. 특히 비례대표 국회의원 선거에 있어서는 더욱 중요하다고 할 것이다.

후보의 공약보도는 제4회 전국동시지방선거에서 시작된 메니페스트(menifest)운동³⁾을 활성화시키는

데 기여하는 바가 크다. 후보공약에 대한 언론의 검증보도를 통해 유권자는 공약의 현실성과 실현가능성 등을 쉽게 파악하게 되고 지지후보를 결정하게 된다.

2. 여론조사 결과 인용보도

여론조사 결과의 인용·보도는 선거 때마다 단골메뉴로 등장하는 보도 유형이다. 각 선거의 경선과 공천과정에서부터 본선에 이르기까지 지속적으로 이뤄지고 있다. 언론사는 여론조사 자체가 보도의 객관성을 담보할 수 있는 요인들(과학적 조사방법, 표본의 대표성 등)을 지니고 있어 선거 보도 시 수시로 여론조사 결과를 이용하게 되고, 유권자들은 그 결과에 대해 신뢰하는 경향이 높다.

여론조사 결과 보도는 시의성 있는 조사공표가 주를 이루지만 시기별 추이분석보도, 과거 특정시기 조사의 재차 인용보도 등과 같이 보도목적에 따라 다양하게 이뤄지고 있다.

3. 정당관계자 및 후보자 인터뷰

인터뷰 기사의 대부분이 정당 및 후보의 홍보내용으로써 선거전략, 의정실적, 공약, 인생역정 등을 바

2) 선거보도심의기구가 매체유형별(인쇄매체, 방송, 인터넷)로 삼분되어 있으나 각 기구의 심의기준과 결정유형이 크게 다르지 않아 방송과 인터넷 신문의 경우는 각 심의기구의 심의결과를 소개하는 선에서 정리함.

3) 선거에 출마한 후보자의 공약을 계량화하여 유권자가 투표 시 중요한 판단 기준으로 삼도록 하겠다는 취지의 운동으로써 그 평가기법[스마트(SMART) 지수]은 첫째가 후보의 공약이 얼마나 구체적인가(Specific), 둘째가 측정하고 검증할 수 있는가(Measurable), 셋째가 정말로 달성 가능한가(Achievable), 넷째가 지역의 특성과 연계돼 타당성이 있는가(Relevant), 다섯째가 추진 일정을 명시하였는가(Timetable) 등이며 각 항목별로 1점에서 5점까지 산정함.

탕으로 정당과 후보에 대한 제반 사항이 다뤄지고 있다. 군소정당·무소속, 정치신인 등과 같은 소수자 인터뷰 기사의 경우 유권자들에게 정보를 제공한다는 차원에서 긍정적으로 작용한다고 볼 수 있다.

4. 사실, 논평, 칼럼을 통한 비판보도

언론은 사실과 논평을 통해 선거의제를 제시하거나 선거환경을 감시하여 옳고 그름을 비판·보도한다. 후보자는 특정 현안에 대한 자신의 철학을 칼럼을 통해 알리고 선거 관련 특정 사안에 대한 제3자의 칼럼도 빈번하게 보도되고 있다.

5. 정당 및 후보자 광고

대부분의 선거보도가 언론의 능동적 취재에 따라 이뤄지지만 정당 및 후보자의 광고는 정당과 후보

자가 선거법에서 정한 기간에 제한된 횟수의 정강·정책, 정견 등을 언론을 통해 공표⁴⁾하고 있다.

Ⅲ. 불공정 선거보도 유형에 대한 분석 및 개선방향

1. 특정 후보 또는 정당을 편파적으로 보도한 경우

특정 후보자 및 정당에 대해 편향된 기사가 게재된 경우는 대부분이 ① 편파적인 기사와 함께 인물 사진이나 활약상(출판기념회 개최 등)이 담긴 사진을 집중적으로 부각 보도하거나 ② 경력, 의정활동, 공약, 정견 등을 지나치게 상세히 소개하는 홍보성 기사를 보도하거나 ③ 과도한 비난으로 폄하하거나 ④ 특정 정당 소속 후보자들의 동정만을 선별적으로 보도하거나 ⑤ 보도제목을 과장·왜곡하는 내용 등을 담고 있었다(<표 1> 참조).

<표 1> 편파보도에 대한 각 심의기구별 결정(제재조치)건수

(자체심의건)

편파보도 유형	선거기사심의위		선거방송심의위		인터넷선거보도심의위	
	대 선	총 선	대 선	총 선	대 선	총 선
기사·사진 양적 과다	4	27	2	-	14	45
정당·후보 상세 소개	6	16	2	4	7	13
정당·후보 폄하	-	-	5	-	14	19
특정 정당 소속 후보 위주 선별 소개	-	5	1 (출연자 구성 불공정)	-	4 (보도량 불균형)	-
정당·후보 사실(논평)	지 지	4	1	-	-	-
	편 하	4	1	-	-	-
보도제목 과장·왜곡	1	1	-	-	9	8
계	19	51	10	4	48	85

4) 선거법 제69조 제1항은 선거운동을 위한 신문광고는 후보자(대통령 선거에 있어서 정당추천후보자와 비례대표 국회의원 선거의 경우에는 후보자를 추천한 정당을 말한다)가 선거기간 개시일부터 선거일전 2일까지 소속정당의 정강·정책이나 후보자의 정견, 정치자금모금 기타 홍보에 필요한 사항을 일정 횟수 일간신문에 게재할 수 있도록 하고 있고, 동법 제137조 제1항은 선거일전 90일부터 선거기간개시일 전일까지 정당(중앙당)의 광고를 일정 횟수에 한해 허용함.

17대 대선과 18대 총선 관련 보도 중
선심위를 통해 불공정 보도로 지적된 사례의
대부분이 특정 정당 혹은 후보에 대한 편파보도

(시정요구건)

편파보도 유형	선거기사심의회		선거방송심의회		인터넷선거제도심의회	
	대 선	총 선	대 선	총 선	대 선	총 선
기사·사진 양적 과다	-	1	-	-	-	-
견해 불균형	-	-	-	-	1	-

〈표 1〉과 같은 선심위의 편파보도에 대한 선별은 법적 개념인 ‘공정성’의 준수 여부에 따라 결정된다. 선거제도 관련 법규를 살펴보면 선심위의 결정은 처벌에 준하는 징계조치에 가깝다. 선심위의 결정이 징계조치의 성격을 지닌 이상 객관적으로 검증이 어려운 보도에 대해서는 그 위반여부를 매우 신중하게 검토할 수밖에 없다.

이에 선심위는 가급적이면 편파보도를 ‘객관적 검증이 가능한 보도’로 한정짓게 되었고, 이를 충족할 수 있는 ‘불편부당’과 ‘기회균등’을 그 판단의 적정기준으로 삼게 되었다.

정당 및 후보에 대한 ‘불편부당’과 ‘기회균등’ 보장 여부에 대한 판단은 기계적 형평성 준수에 의해서가 아닌, 특정 정당 및 후보에 대한 편향의 정도가 상대적으로 얼마나 과다한가에 따라 정해지고, ‘그 기사로 인해 유리한 정당 또는 후보가 있을 수 있고, 불리한 정당 또는 후보가 있을 수 있는 경우 이면서 유·불리를 의도적으로 혹은 노골적으로 나타내는가를 사회통념상 일반인이 판단할 수 있는 정도’에서 가려진다.

선심위가 제17대 대선과 제18대 총선을 통해 언론의 불공정 보도로 지적한 전체 132건 중 대부분이 특정 정당 혹은 후보에 대한 편파보도로써 71건(53.8%)을 차지하고 있다. 언론의 편파보도 중 가장 많이 눈에 띄는 유형이 거대 정당 소속 후보자

또는 유력 후보자에 대한 기사의 양적 과다 배분과 그들에 대한 상세한 소개보도라 할 수 있다. 이들이 71건 중 각각 32건(45.1%), 22건(31%)을 차지했다. 그 다음으로 특정 정당 및 후보 지지·편파 보도건이 10건(14.1%), 특정 정당 소속의 후보만을 언론이 자의적으로 선별해 이들의 동정을 보도한 건이 5건(7%), 기사 본문과 제목이 서로 상반되게 왜곡·과장된 건이 2건(2.8%)으로 그 뒤를 이었다.

이러한 보도유형에서 주목할 만한 특징은 언론이 특정 정당 및 후보를 유·불리하게 하는 기사의 대부분이 특정 정당 및 후보에게 유리한 찬사일변도의 내용이라는 점이다. 이는 정당과 후보가 홍보수단으로 언론을 적극적으로 선택하고, 언론이 유권자에 대한 알 권리 충족 또는 정보제공이라는 명분으로 정당과 후보의 홍보성 기사에 많은 지면을 할애함으로써 해서 나타난 결과가 아닌가 싶다.

경선과 공천과정에서부터 일찌감치 시작된 홍보성 기사는 대체적으로 단독 인터뷰 형식의 기획기사가 많았는데 대상자 선정에 대한 객관적 기준을 제시하지 않은 채 특정 후보를 과도하게 부각·보도한 경우가 주를 이뤘다 할 수 있다. 물론 언론이 특정인을 선정해 인터뷰, 대담 기사를 게재하는 것은 전적으로 언론사 고유의 편집권에 관한 사항이라 할 것이나 일반 기사가 아닌 선거 기사에 요구되는 높은 수준의 법적 공정성·형평성 준수 의무는 언론

의 특정 후보에 대한 의도성 있는 자의적 선별·보도를 제한하는 것으로 보아야 하고 그러한 보도는 마땅히 제재되어야 한다.

이에 반해 특정 정당·후보에 대한 네거티브성 폼하보도로 문제가 된 건은 7.1%(5/71)에 불과했다. 이러한 폼하보도가 상대적으로 적은 이유는 폼하보도가 거의 대부분 사실, 칼럼 등과 같은 주관적 평가, 의견기사들에 의해 이뤄진다는 점에 있다. 여타 편파보도에 비해 언론의 능동성·적극성이 반영되는 의견, 평가기사는 언론이 요구하는 표현의 자유의 중심색선으로써 선심위도 일반 스트레이트성 기사와는 달리 언론보도의 자유를 보다 폭넓게 인정하고 있어, 의도성·노골성이 내용 전반에 걸쳐 지나치게 드러나지 않는 한 공정성 위반으로 지적되지 않고 있다.

이번 제17대 대선과 제18대 총선에 대한 언론의 선거보도 행태는 여느 때의 선거보도보다 거대 정당, 유력 후보위주의 보도가 많았다. 이러한 보도 속에 군소정당, 무소속, 무명의 정치신인 등 소수세력은 유력 정당·후보 주연의 선거보도 시리즈에 등장한 조연 역할에 그쳤다 해도 과언이 아닐 것이다. 언론의 획일적인 유력 후보 위주의 보도는 설령 지면과 시간의 제한이라는 보도한계를 인정한다면 할지라도 선거라는 특수 환경에서 군소 정당 및 약소 후보에게는 절대적으로 불리하게 작용한다. 이는 언론의 노출 정도에 따라 유권자들의 인지도가 움직이고 언론의 음·양적 지지가 유권자들을 무의식중에 따라오게 할 수 있어 유권자들의 판단력에 부정적으로 작용할 수 있기 때문이다.

따라서 언론은 선거보도 시 한정된 지면일지라도 불가피한 경우를 제외하고는 지명도가 높거나 유력한 후보 위주의 보도를 지양(止揚)하고 헌법이 요구하는 균등한 기회보장 차원에서 여타 후보 모두에 대한 최소한의 정보라도 제공할 수 있도록 고루 보도하여 유권자들의 올바른 판단을 이끌어야 한다.

우리 헌법은 일반적인 평등의 원칙(제11조 제1항⁵⁾) 뿐만 아니라 선거운동에 있어서도 기회균등의 원칙(제116조 제1항⁶⁾)을 규정하고 있다. 다만, 헌법에서 규정하고 있는 평등의 원칙은 일체의 차별적 대우를 부정하는 절대적 평등을 의미하는 것이 아니라 입법과 법의 적용에 있어서 합리적인 근거가 없는 차별을 하여서는 아니 된다는 상대적 평등을 뜻하므로 합리적인 근거가 있는 차별은 평등의 원칙에 반하는 것이 아니다(헌재 1998. 8. 27. 97헌마372등). 이에 언론사가 특정 선거의 후보 모두를 다루는 판세분석 보도 및 소개기사에서 여론조사 결과 지지도 순위, 유권자의 관심도, 유력한 주요 정당의 추천을 받았는지의 여부 등과 같은 객관적 기준을 참작하여 유권자의 알 권리를 충족함에 필요한 범위 내에서 판단하였다는 불균등 보도의 이유를 밝히고, 후보를 차별·보도한다면 그로 인해 특정 후보가 다소 부각·보도되어 여타 후보에 비하여 더 유리하게 되는 결과를 초래할 수도 있다 하더라도, 그러한 차별은 유권자에게 선거에 관한 유용한 정보를 제공하고 올바른 판단을 이끌기 위한 합리적이고 상대적인 차별이라 볼 수 있을 것이다.

그러나 위와 같은 합리적·상대적 차별보도가 당해 선거에서 보도횟수의 지속성까지 인정받은 것은

5) 모든 국민은 법 앞에 평등하다. 누구든지 성별·종교 또는 사회적 신분에 의하여 정치적·경제적·사회적·문화적 생활의 모든 영역에 있어서 차별을 받지 않음.

6) 선거운동은 각급 선거관리위원회의 관리 하에 법률이 정하는 범위 안에서 하되, 균등한 기회가 보장되어야 함.

객관적 사실성 결여보도는
유권자의 판단을 오도할 개연성 높아

아니다. 특정한 계기와 이슈에 따른 합당한 보도만을 일회적 혹은 제한적으로 허용하는 것으로 보아야 할 것이다.

한편, 특정 정당 소속 후보만을 선별적으로 보도한 사례는 대부분이 영·호남지역을 기반으로 한 지역신문들이 지역 정서에 부합한 정당의 소속 후보들만을 다룬 기사다. 이러한 보도는 우리 선거문화의 가장 고질적 병폐 중 하나로 꼽히는 지역주의에 편승한 행태로서 탈 지역주의를 이끌어야 할 언론이 오히려 지역주의를 부추기는 역할을 하였다고 볼 수 있다.

2. 객관적 사실성이 결여된 보도

언론의 객관적 사실성 결여보도는 ① 정당한 근거 없이 선거결과를 예측·보도하거나 ② 객관적 근거 없이 판세를 분석·보도하는 경우 그리고 ③ 전혀 사실과 다르게 왜곡·보도하는 경우 등이다(〈표 2〉참조).

선심위가 문제 삼은 객관적 사실성 결여보도는 총 8건으로 모두 정당한 근거 없이 선거결과를 단정적으로 예측·보도한 경우들이다. 이들 보도는 대부분이 역술가, 풍수지리가 등의 비과학적 예측과 예언을 여과 없이 담아낸 것이다. 한국인의 정서를 고려할 때 이러한 보도를 단순한 흥미기사로 치부하기는 어렵다 할 것이고, 유권자의 판단을 오도할 개연성 또한 높다 할 것이다.

〈표 2〉 객관적 사실성 결여보도에 대한 각 심의기구별 결정(제재조치) 건수

(자체심의건)

객관적 사실성 결여 세부 유형	선거기사심의위		선거방송심의위		인터넷선거제도심의위	
	대 선	총 선	대 선	총 선	대 선	총 선
선거결과 단정적 예측	8	1	-	-	8	-
허위왜곡	-	-	-	-	6	8
계	8	1	-	-	14	8

(시정요구건)

객관적 사실성 결여 세부 유형	선거기사심의위		선거방송심의위		인터넷선거제도심의위	
	대 선	총 선	대 선	총 선	대 선	총 선
허위왜곡	2	6	-	-	-	-

(반론보도청구회부건)

객관적 사실성 결여 세부 유형	선거기사심의위		선거방송심의위		인터넷선거제도심의위	
	대 선	총 선	대 선	총 선	대 선	총 선
허위왜곡	-	-	-	1	-	-

또 언론은 선거에 대한 판세분석을 주기적으로 보도하는데 그 근거가 객관적이지 못할 때 공정성 문제가 제기된다. 판세분석 보도와 관련해서는 선거 기간 중 객관적 근거 없이 2파전이니 양강구도니 하며 두 후보 위주로 압축·보도하거나 특정 후보 독주니 하며 한 후보만을 부각시킨 기사가 해당된다 할 것이다. 그러나 객관적 근거에 따른 단순 판세분석 기사는 허용되고 있다. 다만, 단순 판세분석 기사라 할지라도 그 내용이 특정정당이나 후보에게 현저하게 유·불리하게 작용할 우려가 있을 경우는 문제의 소지가 있다 할 것이다.

또 다른 유형은 사실을 달리 왜곡보도하는 경우다. 이들 보도는 언론이 보도 전 사실관계에 대한 확인절차를 소홀히 하였거나 이해관계자 중 일방의 주장에 무게를 두고 그의 입장을 편향되게 혹은 사실인양 보도한 경우들이다.

허위왜곡보도건은 거의 대부분 정당 또는 후보 측에서 시정을 요구하고 그 시비(是非)를 요구인 측에서 입증하게 된다. 선거 관련 기간이라는 짧은 시간 안에 처리되어야 하는 현실적 한계가 있어 명백한 허위왜곡이 아닌 이상 사과문이나 정정보도로는 시정되기가 어렵고 요구인의 입증책임 부담 또한 크다 할 것이다. 선심위는 허위왜곡 보도와 관련해 시정요구건에서만 8건의 제재결정을 내렸다.

3. 후보의 칼럼을 게재금지 기간에 게재한 경우

제17대 총선을 앞둔 2004년 3월 국회는 합동연설회와 정당·후보자 등이 개최하던 연설회를 폐지했

다. 선거가 국민의 자유로운 의사와 민주적인 절차에 의하여 공정히 치러지도록 합동연설회 및 정당·후보자 등에 의한 연설회를 폐지하는 대신 신문·방송 등 각종 미디어를 통한 선거운동을 확대하여, 고비용 선거 구조를 혁신하는 등 새로운 선거풍토를 조성함으로써 우리 정치문화를 선진화하도록 하려는 것이 당시의 폐지이유였다.

이러한 변화에 따라 미디어가 후보자 유세의 가장 보편적 수단으로 자리매김하였고, 인쇄매체의 경우는 후보자의 칼럼이 대표적인 선거운동 수단으로써 빈번하게 이용되고 있다. 그러나 칼럼이 적법한 선거운동의 수단으로 긍정적으로 작용하는 측면도 있지만 선거를 앞둔 시점(선거일 90일 전부터 선거일까지)에서 특정 후보의 칼럼은 자칫 그의 홍보수단으로 이용될 개연성이 매우 높고 연설 및 칼럼의 특성상 필자 자신의 주관적 판단이 주류를 이루고 있어, 그 내용의 공정 여부를 불문하고 게재하지 말아야 할 것이다.

이에 선심위는 제17대 총선부터 게재된 칼럼의 본문 내용에 대한 공정 여부와 관계없이 칼럼 자체를 “선거법 제93조 제2항⁷⁾에서 광고를 금한 후보자의 명의를 나타내는 저술”로 보고, 제재조치를 내렸다(〈표 3〉 참조). 인터넷선거제도심의위도 후보의 칼럼게재에 대해 선심위와 같은 이유를 들어 제18대 총선부터 후보 칼럼게재를 제한하고 있다. 한편 선거방송심의위원회는 방송사가 선거일전 90일부터 선거일까지 선거법의 규정에 의한 방송 및 보도/토론방송을 제외한 프로그램에 후보자를 출연시키거나 후보자의 음성/영상 등 실질적인 출연효과를 주는 내용을 방송하지 못하도록 하고 있고, 후

7) 누구든지 선거일전 90일부터 선거일까지 정당 또는 후보자의 명의를 나타내는 저술, 연예, 영화, 사진, 기타 물품을 선거법이 규정하지 아니한 방법으로 광고할 수 없고 후보자는 방송, 신문, 잡지 기타의 광고에 출연할 수 없음(신문법상의 정기간행물 판매를 위한 통상적 광고는 무관).

선거여론조사 결과보도 시 가장 많이 지적되는 유형은 표본오차율, 응답률 등의 공표준수사항을 지키지 않은 것

보를 보도/토론 프로그램의 진행자로 출연하는 것을 제한하고 있다.

물론 선거법 제93조 제2항은 후보자들의 저작물에 대한 광고를 금지하는, 다시 말해 상업광고를 일정 기간 제한하는 조항이지만, 칼럼은 분명 후보자의 저작물이고 그 저작물은 후보자 홍보를 충실히 수행한다 할 것이다. 그렇기 때문에 선거 관련기간(선거일전 90일부터) 후보자의 칼럼을 의제광고로 판단한 것이다.

따라서 언론사는 특정기간 동안은 후보자들의 칼럼을 내용불문하고 게재하지 말아야 할 것이며, 해당 기간에 후보자와 칼럼기고 계약이 진행 중이라 하더라도 기고계재를 잠정적으로 중단하는 조치를 취해야 할 것이다. 다만, 선거일전 180일부터 지속적으로 연재해왔고 후보자의 명의를 드러내지 않는

경우는 문제되지 않는다.

4. 여론조사 결과 보도의 공정성, 객관성이 결여되는 경우

여론조사 결과를 보도하면서 문제되었던 유형은 ① 보도 시 필수적으로 제시해야 할 기본 요건(조사의뢰자, 조사기관·단체명, 표본의 크기, 조사지역, 일시, 방법, 표본오차율, 응답률 등)을 미비하거나 출처불명의 여론조사 결과를 인용하는 경우 ② 편향된 제목, 분석, 해석의 경우 ③ 객관성이 결여된 온라인포 보도 등이 있었다(〈표 4〉 참조).

선거제도에서 여론조사가 차지하는 비중은 갈수록 커지고 있다. 여론조사 결과보도 시 가장 많이 지적되는 위반유형은 공표준수사항인 조사의뢰자, 조

〈표 3〉 후보 칼럼게재 제한 위반에 대한 각 심의기구별 결정(제재조치) 건수

구 분	선거기사심의위		선거방송심의위		인터넷선거제도심의위	
	대 선	총 선	대 선	총 선	대 선	총 선
후보 칼럼게재	-	25	2 (후보방송출연)	4 (후보방송출연)	-	4

※ 후보칼럼 게재와 후보 방송출연을 동일 유형의 위반사례로 봄

〈표 4〉 여론조사 보도 관련 위반 건에 대한 각 심의기구별 결정(제재조치) 건수

구 분	선거기사심의위		선거방송심의위		인터넷선거제도심의위	
	대 선	총 선	대 선	총 선	대 선	총 선
공표준수 요건미비	4	4	16	5	97	9
편향적 제목, 분석, 해석	-	1	-	3	-	-
조사의 공정성·정확성 결여	1 (온라인 풀)	-	1 (출연자 구성 불공정)	-	33 (온라인 풀)	-
계	5	5	17	8	130	9

사기관·단체명, 피조사자의 선정방법, 표본의 크기, 조사지역·일시·방법, 표본오차율, 응답률, 질문내용 등을 적시하지 않는 경우다. 이 중 가장 많이 누락되는 사항이 응답률이다. 미국의 경우, 응답률 30% 이하의 선거 관련 여론조사 결과는 부정확도를 이유로 공개하지 않고 있다. 국내 선거 관련 여론조사의 경우 대부분 응답률이 20%대이다. 여론조사에 있어서 샘플의 대표성 확보가 가장 중요하다고 하지만 대표성 있는 샘플이 구성되었다 하더라도 응답률이 낮으면 조사에 대한 신뢰를 주기 어렵다 할 것이다. 선거 관련 여론조사 보도는 응답률 최소 30% 이상의 조사건 위주로 이뤄져야 할 것이며 어떤 경우든지 응답률은 반드시 공표되어야 한다.

공표준수사항의 법적 요구는 여론조사에 요구되는 과학성과 객관성에 대해 유권자들이 판단할 수 있게 하고, 여론조사가 객관적이고 과학적으로 이뤄질 수 있도록 하는 최소한의 제도적 장치다. 따라서, 여론조사 보도가 유권자의 신뢰를 얻기 위해서는 여론조사 보도 시 10여 가지의 준수사항 모두를 반드시 포함시켜야 한다. 다만, 질문내용의 경우는 보도공간의 한계상 전체내용 중 쟁점사항에 대한 요약 내용으로 대체할 필요는 있다고 본다.

또, 여론조사 결과에 대한 해석에 있어서 경쟁집단 간 차이가 표본오차한계 이내임에도 순위 등을 단정적으로 표현하는 경우도 있다. 오차범위 내에 있는 지지도 보도에서 많이 나타나는데 오차범위 내 순위는 의미가 없음에도 이를 제목 혹은 본문에서 순위를 단정적으로 부각·보도하는 경우들이다.

그리고 온라인폴을 인용·보도하는 경우가 있다. 온라인폴은 특정 홈페이지를 방문한 네티즌들을 대상으로 조사하는 것으로서 실제 유권자가 아닌 선거법상 미성년자들도 참여할 수 있고, 한 사람이

여러 경로를 통해 복수 투표도 할 수 있어 그 표본의 대표성을 담보하기 어렵다. 여러모로 인터넷 여론조사는 과학성, 객관성, 정확성에 있어 많은 결함이 있다 할 것이다.

언론의 여론조사 결과보도는 신중을 기해야 한다. 여론조사 보도가 선거결과에 미치는 영향은 여타 선거보도에 비해 그 영향이 막대하다. 매스컴이론에서 말하는 밴드왜건(Band-wagon)이나 언더독(Underdog) 효과가 모두 여론조사 보도에서 시작된다고 볼 수 있다. 이에 언론의 조사전문기자 고용 등 조사연구시스템은 논외로 한다하더라도 여론조사 보도를 하는 경우, 보도 시 준수요건을 최대한 적시해야 할 것이며, 조사결과가 기사의 제목과 본문에서 과장·왜곡돼서도 안 될 것이다. 특히 출처불명의 여론조사를 인용·보도하는 것은 결코 있어서는 안 될 것이다.

이밖에도 피조사자 선정 시 사용된 표집방법을 명시하고, 패널조사에는 최초 패널의 구성과 피조사자 선정방법을 밝혀야 하며, 전화면접조사와 ARS 전화조사는 반드시 구분해야 할 것이며, 다른 언론사가 보도한 여론조사 결과를 인용·보도하는 경우도 그 출처를 표시하고, 지난 여론조사 결과보도의 일부만을 재차 보도할 때는 최초 보도 시기에 구체적인 자료를 확인할 수 있는 방법을 함께 공표해야 한다.

아울러 선거법 제108조 제1항이 선거일전 6일부터 선거일의 투표마감시까지 여론조사의 경위와 그 결과를 공표하거나 인용하여 보도하는 것을 금지하고 있으나 금지기간 전에 공표된 여론조사 결과를 인용·보도하거나 선거일 6일 전에 조사한 것임을 명시하여 공표하는 경우는 문제되지 않는다. 그러나 공표금지기간 동안 시의성이 떨어지는 과거 여론조사 결과들이 특정 정당·후보에게 유리하게 작용되게 하는 전략적 수단으로 악용될 소지도 있어

언론사의 특정 후보 지지는
국내 언론 환경 고려할 때
아직은 시기상조로 판단돼

이에 대한 대책마련도 시급하다 할 것이다.

5. 선거에 영향을 미치는 탈법 방법에 의한
광고를 게재한 경우

선거에 영향을 미치게 하는 선거 관련 광고의 보도유형으로는 ① 특정 후보나 정당에 대한 지지나 반대를 유도하는 의견광고를 게재한 경우⁸⁾ ② 후보자의 저술 및 기타 물품에 대한 광고 또는 후보자가 출연하는 광고를 게재한 경우(〈표 5〉 참조) 등이 있다.

선거를 앞둔 시점(선거일전 180일부터 선거일까지)에서 특정 정당·후보의 명목이 나타나는 의견광고는 그 광고가 의견공표의 목적 외에 특정 정당·후보의 홍보수단으로 이용될 소지가 다분하다는 점에서 게재되어서는 안 된다. 또한, 위 기간 동안 특정 후보의 선거사무소 개소식을 알리는 광고 형태의 안내문을 게재하는 것도 특정 후보의 당선

을 도모하기 위한 능동적이고 계획적인 홍보행위성의견광고로 간주되므로 보도를 자제해야 할 것이다. 또, 선거일전 90일부터 선거일까지 특정 후보의 명목이 드러나는 저술의 광고는 그 광고가 저술의 정상적 판매 목적 외에 특정인의 인물 홍보수단으로 이용될 수 있다는 점에서 게재 시 주의를 기울여야 한다.

6. 언론이 특정 후보·정당에 대해 공개 지지하는
경우

언론의 특정 후보 공개지지와 관련해 최근 학계, 언론계 등에서는 세계적 추세⁹⁾에 따라 우리 언론도 각 언론의 이념적 성향에 맞는 정당과 후보를 사설이나 논평을 통해 지지할 수 있도록 법적으로 허용해야 한다는 주장이 나오고 있다. 이들은 공개지지를 허용함으로써 언론의 이중적 보도행태를 극복하고 오히려 선거의 공정성과 투명성을 제고할

〈표 5〉 광고제한 위반 건에 대한 각 심의기구별 결정(제재조치) 건수

구 분	선거기사심의위		선거방송심의위		인터넷선거제도심의위	
	대 선	총 선	대 선	총 선	대 선	총 선
의견광고	3	2	2 (후보방송출연)	4 (후보방송출연)	-	-
상업광고	-	6	-	-	-	1
계	3	8	2	4	-	1

8) 선거법 제93조 제1항에 따라 누구든지 선거일전 180일부터 선거일까지 선거에 영향을 미치게 하기 위하여 선거법의 규정에 의하지 아니하고는 정당 또는 후보자를 지지·추천하거나 반대하는 내용이 포함되어 있거나 정당의 명칭 또는 후보자의 성명을 나타내는 광고, 인사장, 벽보, 사진, 문서, 도화, 인쇄물이나 녹음·녹음테이프 기타 이와 유사한 것을 배부·첨부·살포·상영 또는 게시할 수 없음.

9) 미국(대선은 물론 지방선거에서도 특정 후보 지지), 유럽(프랑스는 특정 후보지지, 영국·독일의 경우는 대부분 특정 후보지지 보다는 특정 정당 지지).

수 있고, 중립성과 객관성 유지라는 고정 틀에서 벗어나 유권자의 올바른 판단을 유도하는 긍정적 역할을 수행할 수 있다는 점을 그 이유로 들고 있다.

그러나 언론사의 특정 후보 지지는 국내 언론 환경을 고려할 때 시기상조라고 생각한다. 미국 등 외국의 선진 언론들은 특정 후보 공개 지지를 사실을 통해 분명히 밝히면서도 사실의 입장과는 달리 일반 기사에서는 공정성과 객관성을 유지하는, 의견과 사실의 분리전통이 확립돼 있는 반면 우리는 의견과 사실 보도의 분리가 제대로 이뤄지지 않고 있으며, 무엇보다도 편집권의 독립과 자율성이 확보되지 않아 기사의 공정성이 담보되기 어렵기 때문이다. 현행 선거법 제53조 제1항 제8호와 제60조 제1항 제5호 및 동법 시행령 제4조 제1호와 제2호는 정기간행물, 인터넷 신문, 방송에 상시 고용되어 편집, 제작, 취재, 집필 또는 보도의 업무에 종사하는 자는 선거운동을 할 수 없도록 규정하고 있다. 여기서 말하는 '선거운동'이 특정인이 당선되게 하거나 되지 못하게 하기 위한 행위를 말하는 것(선거법 제58조 제1항)임을 비취볼 때 언론사의 특정 후보 공개 지지는 실정법을 위반하는 것으로 볼 수

밖에 없다.

따라서 언론의 음성적 지지 방지 등과 같은 이유로 공개지지의 필요성이 인정된다 할지라도 우리 언론이 처한 현실적 문제와 현행 법규를 고려할 때 특정 후보 공개 지지는 공정보도의무를 위반하는 것으로 봐야 한다.

우리 언론이 지난 선심위 설치기간 동안 특정 후보를 공개 지지한 경우는 단 한 차례(16대 대선 당시 중앙월간지) 있었다.

IV. 불공정 선거보도에 대한 결정 유형 분석 및 개선방향

1. 결정 유형 분석

선심위가 불공정 보도에 대해 내릴 수 있는 결정은 사과문, 정정보도문, 경고문게재, 반론보도문 등과 같은 계재이행 명령과 경고, 주의, 권고 등과 같은 계도성 명령이 있다(〈표 6〉 참조).

선심위는 사과문 게재 명령의 경우, 헌법재판소의 위헌결정¹⁰⁾을 존중하는 차원에서 실질적인 행사를

〈표 6〉 각 심의기구의 결정유형별 조치건수

구 분	계재이행 명령								계도성 명령						계
	사과문		정정보도문		경고문		반론보도문		경고		주의		권고		
	대 선	총 선	대 선	총 선	대 선	총 선	대 선	총 선	대 선	총 선	대 선	총 선	대 선	총 선	
선거기사심의위		1	-	1	2	45	2	-	13	40	19	7	1	1	132
선거방송심의위	-	-	-	-	-	-	-	1	4	-	14	8	16	8	51
인터넷선거보도심의위	-			1	18	5	-	-	77	37	98	65	3	4	308

※ 선거방송심의위의 경고와 주의는 공정보도 명령임. 인터넷선심위의 권고는 공정보도 협조요청 공문발송임

10) 민법 제764조의 '명예회복에 적당한 처분'에 사죄의 의사가 없는 자에게 그의 양심에 반하는 사죄를 강요하는 사죄광고를 포함시키는 것은 헌법에 위반됨(1991. 4. 1. 선고 89헌마 160결정).

일상적 보도에 대한 언론의 기본권 보호가
고도의 공익성이 요구되는 선거보도에 있어서는
일정 정도 제한될 필요 있어

자제하기로 하고, 지난 17대 대선까지 단 한 건도 적용시키지 않았다. 그러나 제18대 총선 선심위에 들어서 언론의 양심의 자유가 선거보도의 공정성보다 무조건적으로 우선시 될 수는 없다는 판단 하에 처음으로 특정 보도에 대해 사과문 게재 명령을 내렸다.

선거보도는 그 보도가 지닌 적극적이고 인위적인 파급력으로 인해 선거결과에 미치는 영향력이 여타 보도에 비해 막대하다. 따라서 일상적 보도에 대한 언론의 기본권 보호가 고도의 공정성이 요구되는 선거보도에 있어서는 일정 정도 제한될 필요가 있다고 본다. 이는 헌법 제37조 제2항의 기본권제한 사유인 공공복리 확보정신에도 부합한다 할 것이다.

정정보도문 게재 명령은 한정된 선거 관련 기간에서 빠른 시간 내에 사실관계를 확인해 사실과 다른 보도에 대해서만 내릴 수 있는 결정이라 현실적으로 어려운 점이 있다. 현재 정정보도 게재 명령은 명백히 사실과 달리 보도되었음이 인정되거나 언론사가 청구인의 주장을 수용하는 경우에 한해 내려지고 있다. 선심위는 제17대 대선과 제18대 총선에서 단 1건의 조치만을 취한 바 있다.

경고문 게재 명령은 선심위가 제17대 총선부터 도입한 조치로써 주로 특정 언론이 일반적인 공정성 위반으로 계도성 명령인 주의, 경고 등을 받고도 또 다시 동일 유형의 위반행위를 되풀이 하는 경우 결정하는 강제이행 명령이다. 앞의 사과문, 정정보도문 등과 같은 강제이행명령의 결정율이 낮은 현실을 고려할 때 경고문게재결정이 그나마 실효성 있는 제재조치가 아닌가 싶다. 선심위는 제17대 대선에서 2건, 제18대 총선에서 45건의 경고문 게재조

치를 취했는데 이는 선거마다 새로이 구성되는 선심위의 적용기준에 따른 차이도 있겠지만 많은 매체들이 총선의 많은 후보를 제한된 기간과 지면에서 골고루 다루기가 어렵다고 판단, 일부 후보를 반복적으로 부각·보도한 데 따른 것으로 풀이된다.

반론보도문 게재 명령은 정정보도와는 달리 사실관계에 대한 명확한 판단보다는 이해관계인들의 입장이 고루 반영되었는지가 판단의 주된 기준이 되기 때문에 청구 시 인용될 가능성이 높다. 그러나 반론보도에 따른 청구인의 해명보도가 유권자들에게 자칫 구차한 변명으로 비쳐질 수 있다는 생각과 반론보도가 특정 사안의 옳고 그름에 대한 명확한 정리보도가 아니라는 점 그리고 청구절차의 번잡함 등으로 인해 정당이나 후보로부터 외면당하고 있는 실정이다. 선심위는 제17대 대선에서 2건의 반론보도 결정을 내린 바가 있다.

경고, 주의, 권고 등과 같은 계도성 명령의 경우, 선심위는 표현상 어감의 차이 외에 각 조치가 지니는 실질적 효력이 다르지 않음에도 공정성, 형평성 준수 위반의 수위에 따라 단계적으로 차별 적용하였다. 선심위는 제17대 대선에서 경고 13건, 주의 19건, 권고 1건 그리고 제18대 총선에서 경고 40건, 주의 7건, 권고 1건의 계도성 명령을 내린 바 있다. 각 심의위가 지난 대선, 총선에서 내린 전체 조치 중 계도성 명령이 차지하는 비율은 선심위가 61%(81/132), 선거방송심의위가 98%(50/51), 인터넷선거제도심의위가 92%(284/308)로 나타나, 계도성 명령에 대한 기구별 의존도가 높은 것으로 나타났다. 다만, 선거방송심의위의 경고, 주의는 공개명령이라 단순 계도성명령이라고 단정짓기는 어렵다.

2. 개선방향

선거법상 선심위가 내릴 수 있는 제재조치는 사과문, 정정보도문, 반론보도문 게재 명령으로 한정되어 있지만 위원회 규칙에 경고문게재, 경고, 주의, 권고 등을 보완해 적용하고 있다. 심의위 결정은 사과문, 정정보도문, 경고문, 반론보도문 등과 같은 보도이행 명령과 경고, 주의, 권고 등의 계도성 명령으로 양분돼 있지만 심의위 결정의 대부분은 계도성 명령이 차지하고 있다. 이는 불공정보도에 대한 심의위 결정에 따른 후속·교정보도가 또 다른 공정성 시비를 불러올 수 있다는 데에 원인이 있을 수도 있겠으나 그것보다는 심의위 결정이 불공정보도로 인한 피해의 원상회복과 같은 당사자에 대한 실질적 피해구제 차원이 아닌 향후 유사보도행위를 방지하는 데에 초점을 맞춘 데서 초래된 결과로 생각된다.

이러한 심의위의 소극적 조치는 동일 언론에 의한 동일 유형의 불공정 보도가 반복되게 하고, 궁극적으로는 피해구제기구인 심의위의 위상에 부정적으로 작용하게 된다. 심의위의 소극적 대처가 계속되고 언론이 불공정 선거보도로 입게 되는 불명예를 심각하게 받아들이지 않고, 그러한 보도를 통해 얻어낼 수 있는 정치적 실리를 먼저 챙기는 한 특정 언론의 특정 정당·후보를 위한 편향적 보도는 지속적으로 되풀이 될 것이다.

따라서 심의위가 언론의 불공정 선거보도에 대해 엄중한 책임을 묻지 않는다면 심의기구가 이끌어 내야 할 선거보도의 공정성·형평성 확보는 멀어질 수밖에 없다. 이에 심의위는 언론보도의 지나친 위축을 초래하지 않는 선에서 보다 다양한 결정을 적극적으로 내릴 필요가 있고, 피해의 원상회복과 재발방지를 동시에 반영할 수 있는 결정을 보완하는

등 결정유형의 정비 또한 조속히 이뤄내야 할 것이다.

V. 선거제도 심의기구 개선방안

선거법에 따라 선거제도심의기구로 제15대 대통령 선거 시 방송위 산하 선거방송심의위원회가, 제16대 국회의원 선거 시 언론중재위 산하 선거기사심의위원회가, 제17대 국회의원 선거 시 중앙선관위 산하 인터넷선거제도심의위원회가 설치·운영되고 있다.

현재와 같은 심의기구의 분산은 매체의 유형별 특성을 고려해 방송의 경우는 방송심의 전담 기구인 당시 방송위원회에, 인쇄매체의 경우는 인쇄매체 전담 심의기구인 언론중재위원회에 둔다는 취지에서 시작됐다고 본다. 그러나 인터넷선거제도심의위원회가 중앙선관위 산하에 들어간 것은 납득하기 어려운 점이 있다. 당시 방송위나 언론중재위 모두 독립 심의기구로서의 역할을 수행하고 있다는 점에서 이들 기구에 선거제도 심의를 함께 담당하게 한 것은 합리적인 이유가 있었다 할 것이지만 인터넷매체가 인터넷 신문이라는 간행물 개념으로 분류되는 상황에서 이에 대한 심의를 중앙선관위 소관에 둔 것은 합당치 않았다고 본다.

아무튼 이러한 심의기구의 분산으로 인해 후보자, 정당 등 신청인들은 피해구제를 얻기 위해 세 기구를 일일이 찾아 상이한 절차를 따르게 되는 혼란과 불편을 느끼게 되었고, 동일한 분쟁내용에 대한 법리나 심의기준 적용의 일관성이 필요함에도 각 기관별 심의결과가 서로 다를 개연성이 항상 존재하게 되었다. 실제 매 선거 때마다 여러 유형의 매체에 보도된 동일한 내용에 대한 시정요구건이 각 기구별로 접수되고 있고, 각 기구별 자체심의

선거보도로 인한 피해구제는 언론보도로 인한
제반 피해의 구제를 총체적으로 다루는
언론중재위원회를 중심으로 일원화 하는 것이 바람직

절차를 통해서도 개별 처리되고 있다. 특정 사안에 대한 보도가 특정 유형의 매체들에게만 한정돼 보도되는 것이 아닌 이상 '이질 매체 동일내용 보도건'에 대한 매체유형별 시정요구건은 있을 수밖에 없고, 그로 인한 불편과 피해는 고스란히 정당·후보에게 돌아가게 된다.

따라서 선거보도로 인한 피해구제는 언론보도로 인한 제반 피해의 구제를 총체적으로 다루는 준사법적 독립기구인 언론중재위원회를 중심으로 일원화하는 것이 바람직하다고 본다. 언론중재위원회는 매체유형을 불문하고 언론의 모든 잘못된 보도를 상시적으로 바로잡아 주는 기구로써 선거보도심의 기구의 설치와 관계없이 정당·후보자의 요구 시 불공정 선거보도에 대해 조정·중재하고 있기 때문에 심의기구가 어디로 통합되든 언론중재위와의 유기적 관계를 유지할 수밖에 없다. 이러한 이유로 언론중재위 산하에 통합 선거보도심의기구가 설치되어야 하고 이러한 경우 매체 유형별 독립 소위를 구성해 매체의 유형별 특성을 고려한 심의가 이뤄지도록 해야 하며, 이들 소위가 서로 그리고 언론중재위와 상호협력하며 긴밀한 관계를 형성해 나가야 할 것이다.

또한 선거법이 절차와 형식에 대한 규제법이고, 언론중재법은 보도내용에 대한 심의를 토대로 한 순수 피해구제법이라는 점을 고려할 때 선거보도의 잘못으로 인한 정당·후보자 구제차원의 심의절차를 선거법에 두는 것은 선거법의 입법목적에도 적합하지 않다 할 수 있어 선거법상의 선거보도 심의 관련 조항을 언론중재법 하로 옮길 필요가 있다.

그리고 현행 선심위는 임기만료에 의한 선거의 선거일전 120일(대통령의 궐위로 인한 선거 또는

재선거에 있어서는 그 선거의 실시사유가 확정된 때부터 20일)까지 설치하여 선거일 후 30일까지 150일 동안 운영되는 한시적 기구에 불과한데 통상적으로 대통령 선거 관련 보도만 보더라도 1년여 이상 선거를 앞둔 시점에서 대선 예비주자들의 행보 및 각종 여론조사 결과를 다룬 기사들이 지속적으로 생산되고 있다. 이렇듯 대통령 및 국회의원 선거 등 유권자들의 관심도가 높은 선거일수록 선거 관련 보도가 일찍부터 활발하게 이뤄지고 있고, 선거법상 배제되어 있는 대통령 선거 외의 재·보궐 선거가 연중 실시되고 있는 현실을 감안할 때 선거보도 관련 심의기구를 상시기구로 전환하는 것이 시급하다 할 것이다.

VI. 맺는 말

이상에서 살펴보았듯이 불공정 선거보도는 우리 언론이 거대정당, 유력 후보를 집중적으로 부각·보고하고, 여론조사 지지율에 지나치게 의존하는 데서 비롯되고 있다. 우리 언론이 주요 선거 때마다 선거보도 특별취재단을 발족하고 보도준칙을 발표하면서 과거의 잘못된 보도관행을 탈피하려고 노력하고 있음에도 이러한 결과로 이어지는 것은 언론이 정당과 후보자들의 전략적인 미디어 접근에 대해 미온적으로 대처하고, 유권자들의 관심을 정확하게 파악하지 못하는 데 그 원인이 있다고 본다.

오늘날 선거가 미디어전의 양상을 띠면서 모든 정당과 후보가 미디어 접근에 적극적이지만 미디어가 갖고 있는 시간과 지면의 한계상 그에 대한 접

근권이 그들 모두에게 균등하게 허용될 수 없는 것이 현실이다. 그러나 언론이 '물리적으로 한정돼 있다는 보도 공간'을 이유로 객관적 기준 제시 없이 유력 정당·후보에게만 다가서거나, 매체접근이 상대적으로 용이한 유력 정당·후보가 다가선다고 쉽게 공간을 내준다면 합법적 선거운동의 장(場)으로써 미디어에 대한 무용론이 제기될 수밖에 없다. 그렇기 때문에 언론이 불균등 보도의 불가피성을 이유로 차별보도를 한다면이라도 언론사별로 정당하고 합리적인 차별보도의 기준을 정해야 할 것이고, 그러한 기준이 모든 정당과 후보에게 설득력 있게 전달되어야 한다.

또한 어떤 정당·후보가 1위, 2위고 누가 얼마나

앞서나가고 있는지가 유권자들의 주요 관심사가 된 것은 과거 우리 언론의 여론조사에 따른 순위 위주의 경마식 보도행태 탓이 아닌가 싶다. 유권자들의 잘못된 선거보도 관점을 바로잡을 책임은 언론에 있다. 유권자들은 언론의 잘못된 보도관행에 단지 익숙해져 있을 뿐이다. 유권자들이 진정으로 원하는 선거보도는 흥미위주의 경쟁보도가 아니다. 그들은 정당의 정강·정책, 후보의 공약에 대한 언론의 심층적 검증보도를 원하는 것이다.

끝으로 선거보도의 궁극적 목표인 공정성·형평성 확보는 언론이 약소 정당, 후보를 최대한 배려하고자 노력하고, 유권자의 진정한 욕구를 받아들이는 데서 이뤄질 수 있다는 사실을 강조해 보며 글을 맺고자 한다. □