

---

 하승태

 동아대학교 신문방송학과 교수
 

---

# 신생 뉴스 플랫폼과 선거보도 공정성의 딜레마

## 뉴스 미디어 환경 변화와 선거보도 공정성

선거보도의 공정성 문제는 대의민주주의의 핵심적 요소라고 할 수 있다. 선거과정에서 언론의 기본적 역할은 단순히 유권자들의 관심을 끄는 정보보다는 정치적 판단을 내리기 위해 필요하고 유용한 콘텐츠를 제공하는 데 있다. 그리고 이 과정에서 선거보도의 공정성과 중립성이 확보되어야 한다는 규범이 존재한다. 하지만 정치보도의 공정성 확보는 요원하게만 느껴진다. 선거보도 공정성 확보의 중요성은 여론의 향방에 대한 언론 미디어의 영향력을 전제로 한다. 그렇기에 항상 언론을 통한 선거보도의 공정성에 대한 문제점들이 제기되어 왔다. 이로 인해 이해당사자들인 선거후보자와 정당, 기관, 이익단체, 궁극적으로는 유권자들 간에 첨예한 갈등이 벌어지기도 한다. 하지만 선거보도의 공정성 문제가 야기하는 정치사회적 갈등의 반복적 재현은 쉽게 해결될 기미가 보이지 않는다. 그것은 아마도 뉴스보도의 공정성을 완벽히 확보하는 것은 성취하기 어렵거나 거의 불가능하기 때문일 것이다. 다른 한편으로 공정성이라는 개념 자체가 상당히 추상적이어서 관점에 따라 상이하게 적용되다보니 논란이 반복될 소지가 크다.

디지털 미디어시대의 선거보도의 공정성 논란은 좀 더 복잡한 양상으로 전개되고 있다. 과거 신문과 방송으로 대표되는 전통적인 언론 미디어들에 대한 공정성 문제가 이제는 디지털 플랫폼을 기반으로 하는 블로그, 팟캐스트, 앱뉴스, 뉴스 큐레이션 서비스, 소셜 미디어, 1인 미디어 등 새로운 형태의 뉴스 유통 수단들에까지 전방위로 확대되고 있기 때문이다. 기존 뉴스 미디어들에 적용되고 있는 공직선거법이나 선거보도 심의제도는 언론보도가 선거 결과에 강력한 영향을 미칠 수 있다는 점을 감안하여 일정 수준 규제의 차원에서 적용되고 있다. 하지만 현행 공직선거법과 선거보도 심의제도는 디지털 기반의 신생

뉴스 서비스에는 적합하지 않다. 예컨대, 1인 미디어를 통한 정치적 의사 표현이나 팟캐스트로 이루어지는 정보전달의 경우 현행법과 제도를 그대로 적용해 공정성과 형평성을 요구하기에는 무리가 따른다는 것이다. 이에 따라 새로운 형태의 미디어 환경에 적합한 선거보도 공정성 개념의 재정립이 필요한 시점이다. 그보다 앞서 신생 뉴스 서비스가 생산하는 선거 콘텐츠의 공정성 확보와 규제가 필요한지에 대한 논의도 필요하다. 즉, 미디어의 다종·다변화에 따라 선거보도의 공정성의 개념과 적용 방식 또한 이전과는 다른 차원에서 접근할 필요가 있다. 이에 미디어 플랫폼의 다양화와 융합 현상이 가속화되는 상황에서 선거보도 공정성을 어떻게 확보하고 적용할 수 있을지에 대해 논의하고자 한다.

## 선거보도의 공정성 적용: 현황과 개념의 재정립

2004년 3월 공직선거법 개정을 통해 선거보도 심의 대상에 인터넷언론을 포함하는 안이 제도화되었다. 하지만 선거보도의 공정성 논란이 지속적으로 반복되고 있는 것을 보면 이러한 법과 제도의 실효성에 많은 의구심이 드는 것 또한 사실이다.

전통적으로 선거보도의 공정성은 크게 사실성 확보와 균형성 구축이라는 두 개의 축을 중심으로 진실성, 다양성, 중립성, 객관성, 사실성, 불편부당성, 적절성 등의 다양한 하위 개념들로 정의되고 있다. 하지만 실무적 차원에서의 공정성 심의는 양적인 측면에서의 편향성이나 균형성으로 구체화되어 적용되어왔다. 즉, 측정이 상대적으로 용이하고 객관적이라고 할 수 있는 형식적 공정성 혹은 양적인 균형성을 중심으로 법적 규제가 이루어져 왔다고 할 수 있다. 예를 들어, 후보별 기사의 길이 혹은 시간 할당과 배분, 육성 처리, 기자나 앵커의 멘트, 화면의 구성 등을 통해 선거보도의 공정성 여부를 판단하고 있다. 이러한 기준은 헌법이 규정한 선거운동의 ‘균등한 기회’ 보장(제116조제1항)을 바탕으로 한다. 공직선거법에서는 균형, 형평, 중립, 사실 보도(제11조, 제12조, 제15조) 등의 용어를 통해 선거보도의 공정성 확보를 요구하고 있다.

하지만 공정성은 단순히 양적 균형을 확보함으로써 성취될 수 있는 개념이 아니다. 형식적 혹은 산술적 형평성과 함께 질적 형평성이 확보되어야 한다. 만약 합리적 근거가 있다면 산술적인 차별은 형평성의 원칙에 반하는 것이 아니다. 뉴스보도의 산술적 비중은 뉴스편집자의 자율적 판단에 따라 달라질 수 있으며, 이러한 비중의 차이가 충분한 근거를 바탕으로 한 것이라면 정당하다고 볼 여지가 있는 것이다. 예컨대, 경쟁관계에 있는 두 후보가 있다고 가정해보자. A후보는 거짓된 주장만을 반복하고 있고, B후보는 진실된 사실을 바탕으로 자신의 입장을 표명하고 있다. 이 두 후보의 발언을 무조건 동일시간과 지면을 할애해 보도하는 것이 공정하거나 형평에 맞다고 보기는 어려울 것이다.

그러나 현실적으로 형식적 혹은 양적 균형성 기준 외에 공정성을 재단하고 측정할 방안이 마땅히 없는 것 또한 사실이다. 학자들마다 공정성에 대한 여러 하위 개념들을 적용하고 있지만 구체적인 제도적 실천방안으로는 연결되지 못하고 있다. 왜냐하면 그 추상적(혹은 애매모호한) 기준들이 본질적으로 주관성을 일정 부분 포함하고 있기 때문이다.

가치 판단은 부분적으로 관찰자의 주관적 가치에 근거할 수밖에 없지만 선거보도의 공정성을 확보하기 위한 방안은 기본적으로 표현의 자유가 전제되어야 한다. 표현의 자유를 바탕으로 한 주관적 가치들은 경합을 통해 그 사회의 보편적 가치로 수렴될 수 있다. 즉, 특정 기준을 획일적으로 모든 선거보도에 적용하는 것은 다양성이라는 민주주의의 본질적 가치를 포기하는 것이며, 그로 인해 다양한 잠재적 가치들이 사회의 보편적 가치로 수렴될 수 있는 기회를 상실하게 되는 것이다. 롤즈<sup>1)</sup>는 정치사회적 관점과 의견의 대립은 다원주의 사회에서 발생하는 매우 자연스러운 합당한 불일치(reasonable disagreement) 현상이라고 말하고 있다. 획일적인 공정성 기준을 강요한다면 언론 표현의 자유는 저해될 것이고 다양성을 상실한 뉴스보도만 반복적으로 이루어질 것이다.

공정성이라는 개념은 그 자체가 상대적이고 다원적 특성을 내재하고 있다. 이러한 특성은 다양성을 가치로 내거는 디지털 미디어 환경에서 가장 적절하게 적용될 수 있다.

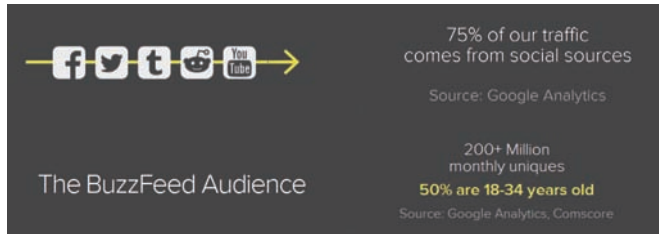
## 디지털 뉴스 환경과 유권자의 뉴스 소비 행태 변화

디지털 미디어 환경에서의 선거보도 공정성 개념을 본격적으로 논하기 전에 현재 뉴스 미디어 환경과 유권자들의 뉴스 소비 행태의 변화를 살펴볼 필요가 있다. 신생 뉴스 미디어의 등장에 따른 유권자들의 뉴스 소비 행태에 대한 이해 없이는 다원적 특성을 가진 공정성의 의미를 제대로 파악하기 어렵기 때문이다.

이제는 콘텐츠가 아닌 기술이 저널리즘을 이끌어가고 있다. 사람들은 TV나 신문의 뉴스를 보지 않는다. 뉴스 생산은 아직까지 언론사들이 주로 하고 있지만 적어도 뉴스의 유통은 소셜 미디어가 지배하는 시대가 되었다. 또한 뉴스 생산 주체마저도 개인 미디어 시대를 맞아 점차 다양해지고 있는 실정이다. 뉴스 및 엔터테인먼트 정보 제공 업체인 BuzzFeed의 경우 이미 콘텐츠 소비 트래픽의 75%가 소셜 미디어를 통해 이루어지고 있다(〈그림 1〉). 특히, BuzzFeed 뉴스의 50%를 소비하는 주요 연령층은 이른바 밀레니얼(millennials)이라 불리는 1980년대 이후 출생한 18~34세의 젊고 역동적인 세대다. 이 디지털 인류는 미디어 테크놀로지를 적극적으로 이용하며, 디지털 모바일 미디어의 사용도

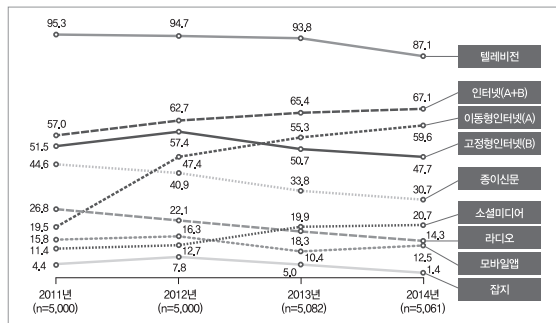
1) Rawls, J., 1993, *Political Liberalism*, 장동진 역, 1998, 『정치적 자유주의』(동명사).

매우 익숙한 세대다. 이들은 주로 모바일 미디어를 통해 뉴스와 정보를 습득한다. 때문에 BuzzFeed, Mashable, The Verge, Quartz와 같은 신생 뉴스 정보 서비스는 모바일 디지털 플랫폼에 최적화되어 있다.



● 뉴스 서비스 BuzzFeed의 이용 통계  
출처: BuzzFeed 홈페이지, <http://www.buzzfeed.fundamine.com/advertise>  
(검색일: 2015. 11. 24.)

이러한 소셜 미디어 세대의 전통적인 패키지 뉴스 소비는 현저히 줄어들고 있다. 더 이상 특정 뉴스 방송을 시청하거나 언론사 사이트를 방문해 뉴스를 소비하지 않는다는 것이다. 이는 특정 언론사의 영향력이 감소되고 있음을 뜻하며, 이로 인해 개별 미디어에 대한 공정성 논의는 자연스럽게 그 의미가 퇴색하고 있다. 개별 미디어 브랜드의 가치가 하락 내지 실종되고 있으며, 언론사 사이트의 방문자 수 및 구독자 수가 크게 줄어들고 있다. 특히 종이신문을 바탕으로 하는 인터넷언론사 사이트의 방문자 수 및 방문 횟수는 급격한 하락세에 있다.



● 미디어별 뉴스 이용률 추이(2011-2014).  
출처: '2014 언론수용자 의식조사'(한국언론진흥재단)

국내의 경우도 TV, 신문 같은 전통적 미디어를 통한 뉴스 이용률은 점점 낮아지고 있으며 특히, 신문의 경우 상대적으로 현격한 이용률 추락을 경험하고 있다(〈그림 2〉). 반면 인터넷과 소셜 미디어를 통한 뉴스 소비는 상승곡선을 그리고 있으며, 특히 모바일 미디어(이동형 인터넷)를 통한 뉴스이용률은 2011년 19.5%에서 2014년 59.6%로 눈에 띄는 상승률을 보이고 있다. 개별적인 뉴스 소비의 주요 통로가 변화의 조짐을 보이고 있는 것이다. 〈표 1〉을 보면 전통적인 종이신문과 TV뉴스는 물론이거니와 언론사닷컴 뉴스, 인터넷언론사 뉴스조차도 이용률이 급격하게 하락하고 있다. 하지만 소셜 미디어를 통한 뉴스 소비는 2011년 2.8%에서 2014년 8.6%로 매년 평균 102% 이상 증가하고 있음을 알 수 있다.

〈표 1〉 미디어별 뉴스 매일 이용률 추이(2011~2014년)

(단위 : 매일 이용 %)

구분		2011	2012	2013	2014
텔레비전	지상파 뉴스	-	66.4	67.3	53.7
	종합편성채널 뉴스	-	8.5	19.2	15.5
	보도전문채널 뉴스	-	16.8	19.9	15.8
인터넷	언론사닷컴 뉴스	13.6	5.1	2.4	2.1
	인터넷언론사 뉴스	-	7.9	3.7	2.5
	포털 뉴스	27.7	32.0	33.9	39.2
	모바일앱을 통한 뉴스	6.4	6.0	2.8	3.9
	소셜 미디어를 통한 뉴스	2.8	3.5	8.2	8.6
종이신문		21.3	15.9	8.7	7.4
라디오를 통한 뉴스		7.5	6.2	4.7	4.4

출처: 『2014 언론수용자 의식조사』(한국언론진흥재단)

즉, 뉴스 소비의 중심에 소셜 미디어가 있으며, 밀레니얼(millennials)과 같은 청장년층의 절대 다수가 신생 뉴스 플랫폼을 통해 뉴스를 소비하고 있다. 기자들에게도 소셜 미디어는 뉴미디어 시대의 새로운 출입처로 자리 잡아가고 있다. 적지 않은 언론사 기자들이 소셜 미디어를 통해 유권자들과 의사소통하며 이러한 상호작용을 통해 유권자들로부터 정보와 피드백을 얻고 있다.

한편, 블로그, 1인 미디어, 소셜 미디어, 뉴스 애플리케이션 등을 통한 정보의 확산이 급격하게 이루어지고 있으며, 디지털 기반의 소규모 독립 언론들도 늘어나고 있다. 이른바 ‘제3의 언론’에 의해 제작, 유통되는 다양한 뉴스콘텐츠는 뉴스 생산의 독립성을 오히려 더욱 강하게 확보하고 있다. 제3의 언론들은 기성 언론에 비해 정치권력이나 경제권력 등 외부의 압력으로부터 훨씬 자유롭다. 나아가 소셜 뉴스 서비스 업체의 등장으로 인해 어느 언론사의 뉴스라는 것은 더 이상 의미를 지니지 못한다. 이제는 개방, 자율, 분권의 뉴스 소비 패러다임 시대다.

## 디지털 뉴스 플랫폼 시대의 선거보도 공정성

디지털 뉴스 플랫폼 시대에는 실제 유권자가 있는 혹은 몰려드는 공간에서 공정성을 확보하는 것이 훨씬 중요하고 효율적이다. 그러나 신생 뉴스 플랫폼에 대한 공정성 기준의 적용과 규제는 매우 어려운 것이 현실이다. 끊임없이 변종을 일으키는 감기 바이러스에 대항하는 완벽한 백신을 만들 수 없는 것과 같다. 지금 이 순간에도 미디어 플랫폼의 변화와 다양화는 지속적으로 그리고 급격하게 이루어지고 있다. 다양한 디지털 미디어가 언론으로서의 활동영역을 넓히고 있는 상황에서 전통적인 방식의 공정성 규제는 비효율적일 수

밖에 없다. 앞서 언급했듯이 공직선거법이나 공정성 심의 제도 등 기존 언론에 대한 규제들도 선거보도의 공정성을 만족스러운 수준으로 확보하는 데 실패해왔다. 따라서 이를 그대로 디지털 환경에 적용하는 것은 부적절하다.

그렇다면 디지털 시대의 공정성 기준은 어떻게 달라져야 할까. 리오르단(Riordan)<sup>2)</sup>은 디지털 시대의 공정성 확보를 위한 8가지 저널리즘 원칙을 제시하고 있다. 첫 번째 원칙은, 투명성이다. 취재의 과정을 투명하게 공개함으로써 뉴스의 신뢰성을 확보할 수 있다. 취재 과정에서 얻은 정보의 출처나 자료 등을 기사에 링크를 걸어두는 것이 좋은 예다. 둘째, 개방성이다. 정보, 소스, 데이터 등 기사 관련 자료의 개방을 통해 공정성을 확보할 수 있다. 셋째, 웹에 맞는 논조를 제시하는 것이다. 즉, 개별 언론사의 정치적 이념보다는 기자 개인의 뉴스 가치 판단을 강조해야 한다는 것이다. 이것은 정치권력, 자본권력으로부터 독립된 소규모 웹기반 뉴스미디어가 아니면 실천하기 어려운 원칙이다. 넷째, 분석 제시다. 단순히 의견을 제시하는 것이 아니라 다양한 근거를 바탕으로 심층적인 분석을 제시해야 한다. 다섯째, 다양성 확보다. 이 역시 다원성이 확보된 디지털 공간에서 훨씬 쉽게 실천 가능하다. 여섯째, 공유와 정확성이다. 선거 뉴스는 소셜 미디어 등을 통해 가능한 많은 유권자들과 공유되어야 하며 정확성을 유지해야 한다. 일곱째, 상호작용성 확보다. 상호작용성은 디지털 플랫폼의 가장 큰 장점 중 하나다. 여덟째, 맥락의 제시이다. 이는 다양한 관련정보의 부가적인 링크 등을 통해 가능하다. 리오르단의 제안은 워드(Ward)<sup>3)</sup>가 제시한 언론의 전통적인 객관성의 기준과 비교해 상당한 차이를 보이고 있다.

〈표 2〉 전통적 vs. 디지털 시대의 저널리즘 원칙

Ward, S. (2004) <i>The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond.</i>	Riordan, K. (2014) <i>How legacy media and digital natives approach standards in the digital age.</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사실성 : 기사는 정확하고 포괄적이며 입증된 사실에 기반을 둔다.</li> <li>• 공정성 : 논쟁적 이슈에 대한 기사는 각각의 견해를 공정하게 제시하면서 주요한 경쟁적 견해들의 균형을 맞춘다.</li> <li>• 무편견 : 선입견, 감정, 개인적 관심사, 다른 주관적 요인들이 기사의 내용을 왜곡하지 않는다.</li> <li>• 독립성 : 기사는 두려움이나 총애 없이 자유롭게 보도하는 언론인의 직업이다.</li> <li>• 비해석 : 기사는 자신의 보도에 대해 해석이나 의견을 주입하지 않는다.</li> <li>• 중립성과 초연함 : 기사는 중립적이다. 기사는 논쟁에서 어느 한 입장을 취하지 않는다. 기사는 집단과 그것의 이익을 위한 지지자로서 활동하지 않는다.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 투명성</li> <li>• 개방성(소스, 코드, 데이터의 개방)</li> <li>• 웹에 맞는 논조(언론사 브랜드보다는 기자 개인이 작성)</li> <li>• 분석(의견만 제시하는 것이 아니라 사실을 바탕으로)</li> <li>• 관점의 다양성</li> <li>• 공유와 정확성(정확하면서도 소셜 미디어를 통해 공유될 수 있는 콘텐츠)</li> <li>• 상호작용성(독자에게 전문가의 위상 부여)</li> <li>• 맥락 제시의 제고</li> </ul>

2) Riordan, K. 2014, *How legacy media and digital natives approach standards in the digital age*, 양정애 · 김선호 · 박대민 (역), 『디지털 시대의 저널리즘 원칙』(한국언론진흥재단).

3) Ward, S., 2004, *The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond*, 이은택 역, 2007, 『언론윤리의 재발견 : 객관성에 대한 역 사적, 철학적 탐구』(에피스테메), 31쪽.

리오르단이 디지털 플랫폼 시대의 저널리즘 원칙으로 제시한 항목들의 가장 큰 특징은 다양하고 투명한 뉴스의 자유로운 유통이다. 디지털 환경에서의 선거 콘텐츠 공정성을 확일적으로 규제하기 어렵다면 오히려 다양한 관점의 뉴스들이 고르게 유통될 수 있도록 언론을 육성하는 방안 및 정책 수립이 필요하다. 개별 미디어의 형식적 공정성을 확보하기보다는 미디어의 다양성을 확보함으로써 언론 산업 전체의 집합적 차원에서 공정성을 추구하는 방향으로 언론 산업의 구조를 바꾸어야 한다는 것이다. 규제 없는 공정성 확보가 그것이다.

한편, 유권자들은 선거보도의 공정성을 요구하기보다 자신들이 원하는 관점의 뉴스를 요구하고 있다. 다양성이 뉴스 가치의 핵심적 요소로 등장하고 있는 것이다. 미국의 포인터 연구소도 다원적인 유권자의 입장에서 다양한 선거 정보가 제공되어야만 유권자들이 올바른 정치적 선택을 할 수 있다고 주장하고 있다.<sup>4)</sup>

따라서 디지털 뉴스 시대의 선거보도의 공정성을 확보하기 위해서는 공정성의 원칙을 바꾸기보다 이를 성취하기 위한 방법을 달리할 필요가 있다. 전통적 저널리즘이 양적인 균형을 통해 공정성을 확보하려 했다면, 디지털 저널리즘 시대에는 다양성을 통해 미디어 산업 전반의 공정성을 성취할 수 있을 것이다. 다만 이러한 다양성은 뉴스의 투명성을 바탕으로 해야 한다. 디지털 플랫폼을 기반으로 하는 하이퍼텍스트는 기사에 등장하는 객관적인 사실이나 통계수치 등 원 자료의 링크를 연결함으로써 뉴스의 정확성을 담보하고 취재과정의 투명성을 확보할 수 있다. 투명한 정보 제공은 불편부당성을 보완하는 장치가 될 것이다.

## 선거보도의 공정성? 다양성!

다양성은 인터넷의 본질적 요소다. 소셜 미디어는 다양한 의견들을 수용할 수 있는 공간을 얼마든지 가지고 있다. 또, 하나의 뉴스를 하이퍼텍스트를 통해 다양한 관점과 연결시킴으로써 해당 뉴스를 전체적인 맥락에서 이해하는 데 도움을 줄 수 있다. 이는 전통적인 언론 환경에서는 쉽게 얻을 수 없었던 공정성 확보를 위한 대안이 될 수 있다.

디지털 환경에서는 전통적인 저널리즘이 끊임없이 추구하고 있는 보도의 균형성을 공간적, 기술적 특성으로 보다 쉽게 성취할 수 있다. 특정한 관점의 뉴스는 수용자에게 보다 입체적인 정보를 전달함으로써 편향된 정보로 취급받기보다는 전체적인 맥락을 형성하는 가치 있는 구성요소로 인정받을 수 있다.

4) Poynter Institute, 2001, 『선거보도 핸드북』, 한국언론재단(역).

과거 소수의 지상파 방송만 존재했던 시기에는 방송사에서 수용자들의 다양한 취향을 고려해 여러 장르의 음악을 다루어야 했으며 그것은 매우 당연하고 공정한 것이었다. 그러나 오늘날 케이블 혹은 인터넷의 전문 음악방송 채널들은 특정 장르의 음악만을 내보내기도 한다. 하지만 우리는 재즈전문채널 운영자에게 당신은 왜 재즈음악만 내보내느냐고 이야기하지 않는다. 전체 음악 방송 산업의 관점에서는 다양한 음악정보가 다원화된 채널들을 통해 제공됨으로써 오히려 과거보다 다양한 장르의 음악을 접하고 즐길 수 있게 되었기 때문이다. 이것이 소비자들에게는 보다 공정한 환경이다.

결국 언론 시장의 다양성이 확보된다면 공정성의 문제는 어느 정도 해결될 수 있을 것이다. 일부에서는 미디어에 대한 소유의 집중현상이 다양성을 저해하고 있다는 비판이 제기되고 있지만, 이는 전통적 미디어 환경에서 주로 일어나는 현상일 뿐 다양한 관점과 유형의 소규모 뉴스 유통 업체가 급격히 확산되고 있는 디지털 뉴스 플랫폼 시대에서는 설득력이 떨어진다.

한편, 선거보도의 공정성과 관련하여 전통적인 언론과 대비되는 디지털 미디어의 역할에도 주목할 필요가 있다. 소셜 미디어 등 다양한 신생 뉴스 플랫폼은 다각도로 유권자의 목소리를 전달하는 대안 언론으로 기능하고 있으며 사용자 역시 이러한 디지털 미디어의 기능을 필요로 하고 있다. 디지털 미디어를 통해 유통되는 뉴스는 다양한 감정과 의견, 혹은 '편향'을 덧붙여 기존의 객관적인 정보에 풍부한 의미를 더해 전달하는 역할을 수행한다. 또, 상호작용과 소통을 통해 유권자의 다양한 요구를 충실히 담아내고 있다. 따라서 디지털 미디어가 다루는 선거보도의 공정성은 능동적인 사용자, 수평적 커뮤니케이션, 다양한 의견의 유통 등과 같은 특성을 충분히 고려해 신중한 접근이 필요하다.

현행 인터넷 선거보도 심의와 관련한 법규는 신문과 같은 기존 언론매체에 대한 규정을 기반으로 한다. 그러나 인터넷 환경에서는 공정보도에 대한 규제원칙의 획일적인 적용보다 미디어 플랫폼의 특성을 파악하여 그 사회적 기능과 장점을 극대화할 수 있는 합리적 규제 방안을 마련할 필요가 있다. 무엇보다 디지털 미디어는 유권자의 표현의 자유를 가장 충실히 보장하고, 다양한 의견의 선택지를 제공할 수 있는 대체 불가한 소통 수단이라는 사실을 염두에 두어야 한다. 디지털 미디어의 이러한 특성들은 다양한 유권자들의 목소리를 보편적 사회가치로 수렴해 가는 정치커뮤니케이션의 과정에서 더욱 가치를 발휘할 수 있을 것이다.

선거보도 공정성의 기준은 선거 후보자, 미디어, 유권자마다 다를 수 있다. 따라서 디지털 시대의 선거보도 공정성은 다양한 선거 주체들의 요구와 필요성을 고려하여야 한다. 디지털 미디어 환경은 다양성 차원에서의 공정성 요건을 충분히 충족시킬 수 있는 기술적 기반을 제공하고 있다. 이것이 디지털 시대에 진일보한 민주주의를 기대할 수 있는 이유다. ─