

지상파와 종편의 제20대 총선 보도 분석 : 관습적인 선거보도와 종편의 정치보도

지난 4월 13일 제20대 국회의원 선거결과는 이른바 여소야대로 막을 내렸다. 선거 기간 전 새누리당과 더불어민주당은 공천파동으로 내홍을 겪었고, 더불어민주당과 국민의당은 야권단일화 문제로 많은 관심을 받기도 했다. 이와 같은 일련의 과정에서 언론 특히 방송뉴스는 해당 이슈와 20대 총선을 어떻게 보도했는지 살펴볼 필요가 있다. 기존의 관습처럼 방송뉴스가 선거 판세 및 경마식 보도에 치중하지는 않았는지, 혹은 특정 이슈에 대해 침묵하거나 친정부 및 친여권 성향을 보이지는 않았는지 알아볼 필요가 있기 때문이다.

따라서 공공미디어연구소(이사장 양문석)는 제20대 총선의 선거기간인 3월 31일부터 4월 12일까지 지상파 3사와 종편 4사의 저녁종합뉴스 중 총선관련 보도를 분석하였다. 그리고 이들 방송뉴스의 보도태도에 있어서 무엇이 문제인지를 짚어보고자 하였다.

■ 분석대상 및 기간

- 분석대상 : 지상파 3사, 종편 4사의 저녁종합메인뉴스 중 총선관련 보도
- 분석기간 : 2016년 3월 31일 ~ 4월 12일 (13일간)

■ 전체 보도: 총선보도에 올인하는 종편

20대 총선의 공식선거 기간인 13일간 7개 방송사의 전체보도 건수는 2,436건이었고, 그 중 총선관련 보도는 913건(37.5%)으로 나타났다.

지상파와 종편으로 구분하면, 지상파의 경우 전체 956건의 보도 중 총선관련 보도

가 250건으로 26.2%를 차지하는 것으로 조사되었다. 종편의 경우 전체 1,480건의 보도 중 총선관련 보도가 663건으로 44.8%를 차지하는 것으로 조사되었다. 종편의 경우 지상파보다 전체 보도 량도 많고, 총선관련 보도 수도 두 배 이상 많은 것으로 나타났다. 종편은 지상파방송처럼 종합편성을 해야 할 뿐 만 아니라, 다양한 소식을 전달해야 함에도 불구하고 메인뉴스에서 총선(정치)관련 보도에 집중하는 것으로 나타났다.

<표 1> 전체보도 건수 대비 총선관련 보도 비교

구분		총선관련	전체보도	구성비
지상파	KBS	83	386	21.5
	MBC	76	278	27.3
	SBS	91	292	31.2
	(소계)	(250)	(956)	(26.2)
종편	TV조선	166	411	40.4
	JTBC	143	323	44.3
	채널A	193	364	53.0
	MBN	161	382	42.1
	(소계)	(663)	(1,480)	(44.8)
합계		913	2,436	37.5

지상파 방송의 경우 20대 총선 보도를 19대 총선과 비교하면, 보도 건수가 많아진 것을 볼 수 있다. 물론 전체 보도량을 확인할 수 없어서 제한된 비교가 되겠지만 4년 전과 비교해서 동일한 13일 동안 총선관련보도는 169건에서 250건으로 약 80건이나 증가한 것을 확인할 수 있다. 막대한 량의 총선보도를 쏟아낸 종편이 영향을 미친 것은 아닌지 주목해야 할 대목이다.

<표 2> 19대 총선 관련 지상파 보도 현황

구분	선거 보도 건수
KBS	61
MBC	51
SBS	57
(합계)	(169)

* 전체 보도 건수는 집계되지 않고, 선거 보도건수만 집계되었으며, 종편의 보도건 수는 조사되지 않았

음.

** 19대 총선 선거기간인 2012년 3월 29일부터 4월 10일까지 13일간의 지상파 3사의 저녁종합뉴스 내용을 분석함.

*** 출처: 이동훈(2012, 5월). 일방향적 경마식 선거보도, 이슈의 의제화 부족. 『방송문화』, 10~15.

■ 정당별 관련 보도: 1여 多 야 구도 속 여전한 소수정당 배제

정당별 보도 건수를 비교하면, 양적으로는 더민주, 새누리, 국민의당의 순으로 높은 빈도를 보이는 것으로 나타났다. KBS의 경우 더민주와 국민의당을 각각 35건 25.9%의 비중으로 다뤘고, 새누리당을 33건 24.4%의 비중으로 보도했다. MBC는 더민주 41건 34.7%, 새누리 36건 30.5%, 국민의당 26건 22.0%의 비중으로 보도했으며, SBS는 더민주 36건 26.9%, 새누리 30건 22.4%, 국민의당 28건 20.9%의 비중으로 다뤘다.

중편의 경우도 상황이 크게 다르지 않다. 다만 JTBC가 새누리 50건 26.3%로 다른 방송사에 비해 새누리당의 비중이 높았다. 그러나 더민주를 49건 25.8%의 비중으로 다뤘기 때문에 그 차이가 크다고 하기 어렵다. 나머지 중편인 TV조선, 채널A, MBN 등의 경우, 모두 더민주에 대한 보도빈도가 다소 높은 것으로 나타났다.

더민주의 기사가 새누리의 기사보다 많은 것으로 나타난 이유는 이번 총선이 국민의당이라는 제2의 야당 출연과 함께 야권단일화라는 이슈가 있었기 때문에 야당 관련 기사가 여당 관련 기사보다 많은 것으로 분석된다. 또한 공천갈등이라는 화제¹⁾ 역시 야당관련 보도가 많이 나타난 것으로 분석할 수 있다.

1) 물론, 공천갈등은 여야 모두 해당된다.

<표 3> 방송사별 정당 기사 건수 비교

	새누리	더민주	국민의당	정의당	무소속	기타	합계
KBS	33 (24.4%)	35 (25.9%)	35 (25.9%)	10 (7.4%)	4 (3.0%)	18 (13.3%)	135 (100.0%)
MBC	36 (30.5%)	41 (34.7%)	26 (22.0%)	6 (5.1%)	1 (0.8%)	8 (6.8%)	118 (100.0%)
SBS	30 (22.4%)	36 (26.9%)	28 (20.9%)	9 (6.7%)	3 (2.2%)	28 (20.9%)	134 (100.0%)
TV조선	79 (28.5%)	93 (33.6%)	55 (19.9%)	4 (1.4%)	11 (4.0%)	35 (12.6%)	277 (100.0%)
JTBC	50 (26.3%)	49 (25.8%)	31 (16.3%)	6 (3.2%)	10 (5.3%)	44 (23.2%)	190 (100.0%)
채널A	85 (30.4%)	90 (32.1%)	51 (18.2%)	2 (0.7%)	5 (1.8%)	47 (16.8%)	280 (100.0%)
MBN	75 (29.5%)	80 (31.5%)	49 (19.3%)	2 (0.8%)	2 (0.8%)	46 (18.1%)	254 (100.0%)

* 각 방송사별 중복코딩 포함.

** 기타의 경우 총선에 참여한 원외 정당 및 정당과 직접관련 없는 보도로 구분했음. 이 부분에서 원외 정당에 대한 언급보다는 정당과 직접관련 없는 보도가 많았음.

그러나 주요 3당을 제외한 정의당과 무소속 관련 기사는 매우 적은 보도 건 수를 보였다. 정의당의 경우 선거보도에서 철저히 배제된 모습이었다. 지상파 3사 모두 정의당 관련 보도가 10%를 넘지 못하는 모습을 보였다.

지상파와 종편으로 구분해서 살펴보면, 종편의 정의당 배제는 더욱 확연히 드러난다. 전체 보도 건수가 지상파의 2배 이상인 종편의 경우 정의당 관련보도는 총 14건으로, 지상파의 전체 보도 수인 25건보다 적다. 반면 무소속 관련 보도가 정의당보다 약 두 배 많은 것으로 조사되었다. 이는 여당의 공천문제로 탈당하고 무소속으로 지역구에서 출마한 후보들에 대한 보도를 정의당 보도보다 비중 있게 다룬 것으로 분석된다.

<표 4> 지상파와 종편의 정당 기사 건수 비교

	새누리	더민주	국민의당	정의당	무소속	기타	합계
지상파	99 (25.6%)	112 (28.9%)	89 (23.0%)	25 (6.5%)	8 (2.1%)	54 (14.0%)	387 (100.0%)
종편	289 (28.9%)	312 (31.2%)	186 (18.6%)	14 (1.4%)	28 (2.8%)	172 (17.2%)	1001 (100.0%)

* 각 방송사별 중복코딩 포함.

■ 취재원 유형: 2金 1安(당대표)의 활동 중심, 개별후보자에 대한 무관심

이번 총선은 새누리당과 더불어민주당의 공천갈등, 그리고 더불어민주당과 국민의 당과의 야권단일화 문제가 선거 전반을 이끄는 이슈였다. 따라서 개별적인 사안이나 후보자들의 동향 관련 보도는 찾아보기 힘들었고, 당을 이끄는 김무성, 김종인, 안철수 이 세 사람(당대표)의 동향에 기대어 대부분의 선거 보도가 이루어진 것으로 나타났다. 따라서 방송사별 취재원 유형도 채널A를 제외한 6개 방송사가 모두 당대표에 높은 비중을 보이는 것으로 조사되었다.

<표 5> 방송사별 취재원 유형 비교

	당대표	개별후보자	지도부	전문가	시민	기타	없음	합계
KBS	43 (40.2%)	5 (4.7%)	21 (19.6%)	17 (15.9%)	5 (4.7%)	5 (4.7%)	11 (10.3%)	107 (100.0%)
MBC	49 (52.7%)	18 (19.4%)	15 (16.1%)	3 (3.2%)	0 (0.0%)	5 (5.4%)	3 (3.2%)	93 (100.0%)
SBS	52 (48.1%)	7 (6.5%)	13 (12.0%)	9 (8.3%)	5 (4.6%)	8 (7.4%)	14 (13.0%)	108 (100.0%)
TV조선	51 (28.2%)	42 (23.2%)	20 (11.0%)	22 (12.2%)	7 (3.9%)	15 (8.3%)	24 (13.3%)	181 (100.0%)
JTBC	50 (32.9%)	11 (7.2%)	12 (7.9%)	11 (7.2%)	6 (3.9%)	3 (2.0%)	59 (38.8%)	152 (100.0%)
채널A	59 (26.6%)	78 (35.1%)	21 (9.5%)	13 (5.9%)	25 (11.3%)	7 (3.2%)	19 (8.6%)	222 (100.0%)
MBN	37 (21.5%)	21 (12.2%)	7 (4.1%)	5 (2.9%)	18 (10.5%)	18 (10.5%)	66 (38.4%)	172 (100.0%)

* 각 방송사별 중복코딩 포함.

개별 채널로 보면, MBC가 49건 52.7%의 비중으로 다른 채널에 비해 가장 높은 당대표 의존도를 보여주었다. 그 다음이 SBS로서 52건 48.1%의 비중을 보였고, KBS가 43건 40.2%의 비중을 보여주었다. 전반적으로 지상파가 종편보다 더 높은 당대표 의존을 보여주었다.

채널A의 경우 당대표보다 개별후보자에게 78건 35.1%로 더 높은 비중을 보여주었다. 지도부와 전문가 부분의 경우 KBS가 각각 21건 19.6%, 17건 15.9%로 가장 높은 비중을 보여주었다. 시민대상의 부분은 채널A가 25건 11.3%로 가장 높은 보도 빈

도를 보여주었다. 전반적으로 취재원 유형에서 채널A가 높은 빈도를 보이고 있는데 이는 전체 보도 빈도가 채널A가 가장 많은 것에 기인하는 것으로 분석된다.

방송사별 취재원 유형 비교를 지상파와 종편으로 구분하면, 지상파는 종편보다 개별후보자들에 대한 보도가 현저히 적음을 알 수 있다. 지상파가 종편에 비해 전체 보도 건수가 적다는 것을 고려해야 하지만, 그 만큼 개별후보자 보도에 큰 관심을 가지지 않았다고도 볼 수 있다.

<표 6> 지상파와 종편의 취재원 유형 비교

	당대표	개별후보자	지도부	전문가	시민	기타	없음	합계
지상파	144 (46.8%)	30 (9.7%)	49 (15.9%)	29 (9.4%)	10 (3.2%)	18 (5.8%)	28 (9.1%)	308 (100.0%)
종편	197 (27.1%)	152 (20.9%)	60 (8.3%)	51 (7.0%)	56 (7.7%)	43 (5.9%)	168 (23.1%)	727 (100.0%)

* 각 방송사별 중복코딩 포함.

지상파의 개별후보자 보도를 19대 총선 보도와 비교해 보았다. 19대에는 102건 (28.8%)이었던 것에 비해, 20대는 30건(9.7%)에 그치고 있다. 19대에 비해 개별후보자 보도에 다소 소홀했다고 볼 수 있다. 이는 각 후보자에 대한 검증이나 후보자의 공약, 지역정책에 대한 보도가 매우 부족할 가능성을 내포하는 대목이다. 반면 당대표 및 당지도부에 대한 보도는 큰 변화가 없는 것으로 보인다.

<표 7> 19대와 20대 총선 지상파 보도에서 취재원 유형 비교

		당대표	지도부	개별후보자	합계
20대	KBS	43 (40.2%)	21 (19.6%)	5 (4.7%)	107 (100.0%)
	MBC	49 (52.7%)	15 (16.1%)	18 (19.4%)	93 (100.0%)
	SBS	52 (48.1%)	13 (12.0%)	7 (6.5%)	108 (100.0%)
	합계	144 (46.8%)	49 (15.9%)	30 (9.7%)	308 (100.0%)
19대	KBS	91 (54.8%)	-	44 (26.5%)	166 (100.0%)
	MBC	50 (52.1%)	-	34 (35.4%)	96 (100.0%)
	SBS	47 (51.1%)	-	24 (26.1%)	92 (100.0%)
	합계	188 (53.1%)	-	102 (28.8%)	354 (100.0%)

* 19대의 경우 당대표와 지도부를 합쳐 당지도부로 분석함. 편의를 위해 여기에서는 당대표로 구성함.

** 비교의 편의를 위해 다른 유목은 생략했음.

*** 19대 조사결과는 앞의 이동훈(2012)을 인용하였음.

■ 보도주제 분석

: 외면된 정책검증, 여전한 선거유세 및 전망 중심의 경마식 보도 비중

보도주제를 보면, 모든 방송사가 선거유세관련 보도를 가장 높은 빈도를 보인 것으로 조사되었다. 특히 KBS의 경우 41건 49.4%로 전체 보도의 절반가량을 선거유세 관련 보도를 한 것으로 나타났다. SBS도 선거유세관련 보도가 41건 44.6%에 이르는 것으로 나타났다. 그 다음으로 판세전망 보도가 높은 비중을 보였다.

<표 8> 방송사별 보도주제 비교

	KBS	MBC	SBS	TV조선	JTBC	채널A	MBN
중앙당동정	3 (3.6%)	17 (21.8%)	1 (1.1%)	3 (1.8%)	3 (2.1%)	25 (12.9%)	5 (3.1%)
판세전망	11 (13.3%)	11 (14.1%)	17 (18.5%)	38 (22.6%)	18 (12.5%)	40 (20.6%)	30 (18.4%)
공약소개	3 (3.6%)	6 (7.7%)	12 (13.0%)	6 (3.6%)	1 (0.7%)	2 (1.0%)	2 (1.2%)
정책검증	5 (6.0%)	3 (3.8%)	5 (5.4%)	1 (0.6%)	6 (4.2%)	4 (2.1%)	0 (0.0%)
선거유세	41 (49.4%)	28 (35.9%)	41 (44.6%)	67 (39.9%)	59 (41.0%)	55 (28.4%)	53 (32.5%)
향후전망	0 (0.0%)	2 (2.6%)	3 (3.3%)	4 (2.4%)	6 (4.2%)	3 (1.5%)	0 (0.0%)
후보개인	1 (1.2%)	2 (2.6%)	0 (0.0%)	11 (6.5%)	2 (1.4%)	8 (4.1%)	10 (6.1%)
지역감정	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.1%)	1 (0.6%)	2 (1.4%)	4 (2.1%)	0 (0.0%)
경마식보도	12 (14.5%)	2 (2.6%)	3 (3.3%)	12 (7.1%)	6 (4.2%)	14 (7.2%)	39 (23.9%)
야권단일화	3 (3.6%)	3 (3.8%)	2 (2.2%)	10 (6.0%)	13 (9.0%)	8 (4.1%)	3 (1.8%)
유권자반응	1 (1.2%)	0 (0.0%)	1 (1.1%)	7 (4.2%)	7 (4.9%)	14 (7.2%)	16 (9.8%)
후보자검증	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.6%)	0 (0.0%)	4 (2.1%)	0 (0.0%)
TV토론	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.1%)	0 (0.0%)	1 (0.7%)	1 (0.5%)	0 (0.0%)
선거법위반	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	4 (2.4%)	4 (2.8%)	5 (2.6%)	1 (0.6%)
선거제도	3 (3.6%)	4 (5.1%)	4 (4.3%)	3 (1.8%)	12 (8.3%)	6 (3.1%)	4 (2.5%)
정부대응	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.1%)	0 (0.0%)	4 (2.8%)	1 (0.5%)	0 (0.0%)
합계	83 (100.0%)	78 (100.0%)	92 (100.0%)	168 (100.0%)	144 (100.0%)	194 (100.0%)	163 (100.0%)

* 각 방송사별 중복코딩 포함.

지상파의 경우 종편에 비해 보도 건수 자체는 적지만, 선거유세 보도 다음으로 판세전망 보도에 높은 비중을 할애했다고 할 수 있다. 종편의 경우 TV조선이 38건 22.6%의 비중을 보였고, 채널A가 40건 20.6%, MBN이 18.4%의 비중으로 판세전망

보도를 다뤘다.

지상파와 종편 모두 선거유세 다음으로 판세전망 보도가 비중이 높았다. 흥미로운 지점은 경마식보도 부분이다. 선거유세, 판세전망 다음으로 경마식보도 높은 비중을 보이고 있기 때문이다. 특히 MBN의 경우 경마식보도는 39건 23.9%로서 가장 높은 경마식 보도 비중을 보였다. 이러한 보도주제 분석으로 알 수 있는 것은 방송사들의 전반적인 선거보도 태도다. 즉 선거보도를 1) 선거상황 전달, 2) 전망 예측, 3) 경마식보도를 하는 경향을 보였다고 할 수 있다.

반면 선거와 관련하여 정당이나 후보자들의 공약소개와 정책검증은 상대적으로 낮은 빈도를 보였다. SBS만 공약소개에서 두 자릿수의 빈도를 보였고, 나머지 방송 뉴스는 한 자릿수의 빈도를 보였다. 그만큼 공약소개와 정책검증은 선거보도에서 외면된 주제라고 할 수 있다. 물론 새누리당과 더불어민주당의 공천갈등, 야권단일화와 같은 이슈가 이번 선거 이슈 전체를 지배했다고 볼 수 있다. 그러나 공약과 정책검증 보도를 통해 유권자의 올바른 선택에 기여해야 할 언론의 역할은 이번에도 소홀했음을 부인할 수는 없다.

분석의 편의를 위해 지상파와 종편으로 구분해서 각 보도주제를 살펴보면, 우선 전반적으로 빈도가 낮았던 공약소개와 정책검증의 경우 지상파가 종편보다 다소 많은 것으로 나타났다. 지상파의 보도량이 종편보다 적은 것을 감안하면 그나마 지상파 방송의 뉴스가 각 정당의 공약 및 정책을 소개하고 검증하려는 태도를 보였다고 할 수 있다.

반면 종편의 경우 선거유세의 경우 234건으로 전체 보도의 35.0%를 차지했고, 판세전망은 126건 18.8%, 경마식보도 71건 10.6%로 조사되었다. 이 세 가지 이슈가 전체 보도에서 높은 수치를 보여주었다. 단순히 종편의 보도건수가 많기 때문에 이러한 분석이 나왔다고 볼 수도 있지만, 해당 이슈에 있어서 지상파 방송보다 더욱 강력한 여론몰이를 도모하려는 의도로도 해석될 수 있다. 이러한 맥락에서 보도건수가 여론형성과 무관하다고 보기 어려운 부분도 있다.

<표 9> 지상파와 종편의 보도주제 비교

	지상파	종편
중앙당동정	21 (8.3%)	36 (5.4%)
판세전망	39 (15.4%)	126 (18.8%)
공약소개	21 (8.3%)	11 (1.6%)
정책검증	13 (5.1%)	11 (1.6%)
선거유세	110 (43.5%)	234 (35.0%)
향후전망	5 (2.0%)	13 (1.9%)
후보개인	3 (1.2%)	32 (4.8%)
지역감정	1 (0.4%)	7 (1.0%)
경마식보도	17 (6.7%)	71 (10.6%)
야권단일화	8 (3.2%)	34 (5.1%)
유권자반응	2 (0.8%)	44 (6.6%)
후보자검증	0 (0.0%)	4 (0.6%)
TV토론	1 (0.4%)	2 (0.3%)
선거범위반	0 (0.0%)	14 (2.1%)
선거제도	11 (4.3%)	25 (3.7%)
정부대응	1 (0.4%)	5 (0.7%)
합계	253 (100.0%)	669 (100.0%)

* 각 방송사별 중복코딩 포함.

■ 보도 분석에 관하여

공공미디어연구소는 총선 선거기간인 13일간의 지상파 3사 및 종편 4사의 저녁종합뉴스의 총선관련 보도를 수집하고 분석했다. 분석기간의 경우, 선거기간이 시작된 3월 31일 전 약 2주 정도(총 4주 정도)를 포함시키려고 했으나 종편에서 쏟아내는 정치관련 보도의 막대한 량과 분석을 위한 시간적·인적 한계로 인해 선거기간인 13일로 한정하였다. 그럼에도 불구하고 해당기간의 총선관련 보도는 적다고 볼 수 있는 건수는 아니었다. 선거기간 이전의 경우 공천파동, 야권단일화 등의 이슈가 있었고, 선거보도 자체와 다소 맥락이 다르다는 판단으로 인해 해당 기간만을 분석기간으로 선정하게 됐다.

선거보도를 분석한 이유는 방송사들이 어떠한 시각으로 선거뉴스, 나아가 정치뉴스를 구성하고 제공하는지를 알아보기 위해서였다. 그동안 여러 미디어 비평을 통해 제기되었던 방송뉴스의 편향성을 분석하기 위한 목적도 있었다. 그러나 분석이 쉽지는 않았다. 왜냐하면 기자의 리포팅을 통해 여당 또는 야당에 대해 직접적으로 비판하거나 옹호하는 관점을 보여주는 뉴스는 찾아보기 어려웠기 때문이다.

다만 당대표나 후보자들의 발언을 인용하면서 발언의 일부만을 해당 맥락으로 발췌하여 보도하는 경우가 많았다. 예를 들어, 기자의 리포팅 속에서 야당에 대한 비판적인 이야기만을 인용하여 보도하는 경우도 있었다(<표 10> 참조).

<표 10> 당지도부 발언 인용 보도 사례

<p>[원유철/새누리당 원내대표]</p> <p>“안보에 족쇄를 채우고 경제에 족쇄를 채웠던 야당을 20대 총선에서 국민의 이름으로 심판해야 합니다.”</p> <p>새누리당은 모레 다시 긴급 선대위 회의를 열고 총선 후반 전략을 모색하기로 했습니다.</p> <p>- 중원 찾은 새누리 “회초리 때리되 찍어달라”, 2016. 4. 05. SBS</p>
<p>[김무성/새누리당 대표]</p> <p>“이번 선거 야당 공약 들어보면 ‘독약 발린 설탕’ 입니다. 이거 먹으면 대한민국 죽습니다.”</p> <p>김무성 새누리당 대표는 이번 주말 유세 때도 ‘야당심판론’ 을 빼놓지 않았습니다. 그러면서 야당이 대안이 될 수 없다고 말했습니다.</p> <p>- 野 “공약은 독약 바른 설탕” 맹공, 2016. 4. 09. 채널A</p>
<p>국민의당 안철수 공동대표는 한 사람의 대통령 후보밖에 없는 정당은 정권교체를 할 수 없다며 문 전 대표와 더민주를 싸잡아 비판했습니다.</p> <p>- “文, 출마 포기해야” 역할 놓고 갈등, 2016. 4. 03, mbc</p>

그러나 이러한 경우를 비판적 보도라고 볼 수 있는지에 대한 의문 때문에 비판적 보도나 우호적 보도에 대한 건수를 별도로 카운팅하지 않았다. 그렇다고 중립적인 관점의 보도라고 보기도 어려웠다.

지난 정부와 현 정부를 지나면서 나타난 공영방송의 왜곡, 종편이 가지고 있는 보수적 보도경향 등은 빈번하게 지적되고 있다. 그러나 단순한 양적 균형을 유지하고, 앞서 언급한 것처럼 교묘한 발취 리포트 등을 활용하는 방송뉴스의 특성을 고려하면, 이를 계량적으로 검증하는 것은 매우 어려운 작업이다. 특정 정당에 대한 보도량이 많다고 하더라도 특정정당에 비판적이거나 우호적인 경향성이 있다고 보기 어려운 부분도 있다. 따라서 질적인 분석이 병행될 필요가 있다. 그리고 보다 면밀한 분석을 위해서, 관습적인 측면에서 구성되는 경향성이라고 할 수 있는 것들에 대한 심층적인 분석 프레임이 필요하다고 판단된다. 공공미디어연구소는 앞으로 이러한 작업을 지속적으로 전개해나갈 것이다.

■ 나가며

많은 화제를 낳았던 20대 총선이 여소야대의 결과로 막을 내렸다. 이러한 결과는 전문가들도 쉽게 예상하지 못했던 부분이다. 많은 정치 관련 보도를 통해서 여론을 주도하려는 종편이 이번 총선에서도 많은 선거보도를 저녁종합뉴스 프로그램에서 제 공하였지만, 의도대로 선거결과가 나타나지는 않은 듯하다.

이번 총선에서 지속적으로 문제시 된 여론조사와 출구조사의 문제점이 크게 드러났다. 선거기간 중 이러한 여론조사를 전달하는 것이 언론이다. 오류가 있는 여론조사를 그대로 언론이 전달하면 그 조사를 바탕으로 형성된 여론 역시 오류가 개입되어 있는 결과라고 할 수 있다. 언론의 정보 전달은 그래서 더욱 중요하다.

이번 선거에서 언론은 여전히 관습적인 보도 태도를 보여 왔다. 화제 및 이슈 중심적인 보도 태도, 여전한 선거판세 중심의 경마식 보도 등은 선거라는 정치참여행위를 단순히 하나의 이벤트, 특히 (오류가 개입된) 여론조사와 출구조사와 같은 수치로 결정되는 이벤트로 전락시킨다. 그러나 다행스럽게(누구에게는 불행스럽게) 유권자들의 판단은 여론조사 결과를 넘어섰기 때문에, 부정확한 수치를 전달한 언론의 효과 내지는 영향력이 최소화된 형태로 선거가 마무리됐다고 볼 수 있다. 그렇다고 언론은 현재의 선도보도 관습을 유지해서는 안 된다.

다양한 의견을 반영해야하고 다양한 사례를 발굴해서 보도하는 태도를 견지해야만 한다. 물론 당대표들의 활동 보고, 유세현장, 판세전망은 중요하다. 그러나 그러한 주제에만 매몰될 경우, 화제성이 있다고 해서 해당 이슈만 부각할 경우, 미디어를 통한 속의 민주주의는 멀어지며, 언론은 유권자들에게 정치혐오라는 스테레오타입만을 반복 재생산하게 한다. 이 경우 이익을 보는 사람 또는 집단은 누구인가? 당연히 기존의 기득권 세력, 기존의 지배집단이다. 따라서 유권자들도 단순히 정치혐오적인 태도를 보이기보단, 언론을 보다 비판적으로 바라보는 자세를 견지할 필요가 있다. 이는 유권자들 스스로의 이익을 위해서이다.