

[20대 대선보도 기획]

지역언론의 유권자를 위한 보도, 얼마나 될까요?

부산민주언론시민연합은 2022년 1월 11일부터 16일까지 개방형(주관식) 온라인설문을 배포하여 20대 대통령 선거보도에서 유권자가 보고 싶은 보도를 묻는 의견조사를 진행하였다. 시민들의 의견을 토대로 과연 지역언론은 이번 대선에서 어떠한 점에 주목하여 선거정보를 전했는지 분석했다.

1. 모니터 기간 및 대상

| | |
|--------|---------------------------------------|
| 모니터 기간 | 2022년 01월 17일(월) ~ 2022년 03월 08일(화) |
| 모니터 매체 | 국제신문, 부산일보 지면, KBS부산, 부산MBC, KNN 메인뉴스 |
| 모니터 기사 | 20대 대통령 선거 관련 기사 750건 |

<표 1> 모니터 대상

2. 분석항목 및 조작적 정의

의견조사에서 추출된 유권자가 보고 싶은 뉴스와 보고 싶지 않은 뉴스의 주요 항목과 조작적 정의는 아래와 같다.

| | 항목 | 내용 |
|-------------------|----------------|---|
| 보고 싶은 보도 | 정책·공약 언급 기사 | 정책·공약을 간략하게 언급한 보도 |
| | 정책·공약 설명 기사 | 유권자에게 도움이 되는 정책·공약 설명 보도 |
| | 정책·공약 후보별 비교 | 후보의 정책이나 능력의 우열을 판단하는데 도움이 될 만한 비교 정보를 제공한 보도 |
| | 정책·공약 분석/평가/검증 | 후보들의 정책과 공약에 대한 분석·평가 또는 검증 내용을 담은 보도 |
| | 유권자 의견·정책제안 보도 | 선거에 대한 시민단체나 시민들의 반응이나 정책 제안, 질의, 논평이 포함된 보도 |
| 보고 싶지 않은 보도 | 경마중계식 보도 | 수치중심으로 후보의 순위, 우열에만 초점을 맞춘 기사. 분석이나 평가 없이 판세, 선거결과 예측, 여론조사 결과만 있는 기사 |

| | | | |
|--|----------------------|----------|---|
| | 정치 혐오 조장 보도 | 공방 중계 보도 | 의혹·논란 내용을 검증 없이 그대로 옮기는 보도 |
| | | 갈등 부각 보도 | 정책 대결이 아닌 감정적 논쟁, 이념 대립 및 계층, 세대 간 갈등을 부추기는 발언을 비판 없이 그대로 인용하는 보도 |
| | 제목 따옴표 보도 | | 제목에서 큰 따옴표 안에 후보나 캠프의 주장이나 논평을 그대로 옮겨 놓은 보도 |
| | 행보 중심 보도 | | 후보 행보 스케치와 이미지만 부각하는 보도, 사소한 일정이거나 발언 전달 보도 |

<표 2> 분석항목 및 설명

3. 결과

시민 의견조사에서 보고 싶은 기사로 가장 많이 언급된 것은 단연 ‘정책 기사’였다. 정책 기사를 ‘정책 단순언급’, ‘정책 설명’, ‘후보별 정책비교’, ‘정책 분석/평가’로 세분화하여 기사량을 분석했다. 대선기사 750건 중 160건이 정책기사로 코딩되어 21.3%를 차지했다. 그 중 ‘정책 단순언급’기사는 65건(8.7%)으로 가장 많았고, ‘정책 설명’ 기사 38건(5.1%), ‘후보별 정책비교’ 기사 27건(3.6%), ‘정책 분석/평가’ 기사 30건(4%)이었다.

| 항목 | | 건수 | | 비율(%) | |
|----------------|----------------|------|-------|-------|-----|
| 정책 기사 | 정책·공약 언급 기사 | 160 | 65 | 21.3 | 8.7 |
| | 정책·공약 설명 기사 | | 38 | | 5.1 |
| | 정책·공약 후보별 비교 | | 27 | | 3.6 |
| | 정책·공약 분석/평가/검증 | | 30 | | 4 |
| 유권자 의견·정책제안 보도 | | 77 | 10.3 | | |
| 합계 | | 237건 | 31.6% | | |

<표 3> 유권자가 보고 싶은 보도 기사건수(*중복집계)

시민들의 민주적 정치 참여를 유도하는 유권자 의견 및 정책 제안과 관련된 기사는 77건으로 전체 선거보도의 10.3%를 차지했다. 이 중 방송뉴스는 18건으로 리포팅 보도는 7건, 단신으로 전한 보도는 11건으로 더 많았다. 유권자 의견이나 정책제안 내용의 신문기사는 59건으로 이중 외부의견(기고, 칼럼 등)이 31건으로 가장 많았다. 스트레이트 기사 19건, 기획기사 7건, 사진기사 2건이었다. 이는 지역언론이 선거시기에 시민사회와 유권자의 의견을 10건 중 1건을 보도했지만 주로 단신이나 외부기고를 통해 전했다는 것을 알 수 있다.

시민들이 선거시기에 유용하지 않다고 생각한 뉴스는 평가나 분석 없이 수치상으로만 후보의 순위와 우열을 나열하는 경마중계식 보도, 정치권의 갈등과 막말 등을 중계하는 정치혐오를 부추기는 보도, 제목에 편견을 부추기는 발언 정치인의 발언을 그대로 옮기는 '따옴표 보도' 그리고 특별한 정보값 없이 후보의 이미지만 부각시키는 행보 중심보도 등을 꼽았었다.

| 항목 | | 건수 | | 비율(%) | |
|---------------|----------|-----|----|-------|-----|
| 경마중계식 보도 | | 19 | | 2.5 | |
| 정치혐오 조장 보도 | 공방 중계 보도 | 96 | 51 | 12.8 | 6.8 |
| | 갈등 부각 보도 | | 45 | | 6 |
| 제목 따옴표 보도 | | 208 | | 27.7 | |
| 행보 중심 보도 | | 176 | | 23.4 | |
| 합계 | | 499 | | 66.5 | |

<표 4> 유권자가 보고 싶지 않은 보도 기사건수(*중복집계)

분석결과 경마중계식 보도는 19건(2.5%), 정치혐오 조장 보도는 96건(12.8%), 제목 따옴표 보도 208건(27.7%), 행보 중심 보도 176건(23.4%)이었다. 경마중계식 보도는 낮은 수치를 보였지만, 전반적으로 유권자가 보고 싶은 보도보다는 높은 비중을 차지하고 있었다. 이는 지역유권자들이 원하는 선거정보를 지역언론이 충족시키지 못한 결과라고 보여진다.

대선이라는 전국 이슈에서 지역언론이 할 수 있는 역할에는 물론 한계가 존재한다. 하지만 지역민도 소중한 한 표를 행사하는 '유권자'이다. 후보들이 지역을 방문했을 때 그들의 사소한 일정이나 발언만을 보고 듣기보다는 후보들이 내어놓은 지역관련 공약을 지역민의 눈높이에서 분석·평가한 보도를 지역 유권자들은 원한다.

이제는 지방선거다. 지방선거에서 지역언론의 역할이 더욱 중요하다는 것은 굳이 강조하지 않아도 누구나 아는 사실이다. 각 후보들의 공약 실현가능성, 후보자질, 정책 검증 등 지역언론이 유권자에게 꼭 필요한 선거 정보를 꼭 묻고 따져주길 기대한다.