


2012 한국정치커뮤니케이션학회 특별학술 세미나

# 대통령선거 후보자토론회의 효율적 운용방안

일 시 | 2012년 9월 7일(금) 오후 2시

장 소 | 방송회관 3층 회의장

주 최 | 한국정치커뮤니케이션학회

후 원 |  중앙선거방송토론위원회

PCA

한국정치커뮤니케이션학회  
Korean Political communication Association

# 특별학술 세미나

## 목 적

- 대통령선거 후보자토론회의 공정하고 효율적 개최방안 모색
- 국민들의 관심과 시청을 증대시킬 수 있는 방안 등 강구

- 세미나명 : 대통령선거 후보자토론회의 효율적 운영방안
- 장 소 : 방송회관 3층 회의장
- 일 시 : 2012년 9월 7일 (금) 14:00-18:00
- 후 원 : 중앙선거방송토론위원회
- 주 최 : 한국정치커뮤니케이션학회
- 세미나 일정

### 개회식(14:00~14:20)

사 회 : 정태섭 (총무이사)

개회사 : 전희락 (한국정치커뮤니케이션학회장)

제1주제	<b>대통령선거 후보자 토론회의 현실과 개선방안</b> 사회: 김민기(숭실대학교) 발제: 이진로(영산대학교) 토론: 남궁영(동아방송예술대학교) 박세각(중앙선거방송토론위원회 사무국장) 전선일(인천시 선거관리위원회 사무처장) 박종렬(가천대학교)	14:30 ~ 15:20
------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------

### Break Time(15:20~15:30)

제2주제	<b>대통령후보 TV토론회 영상의 균형과 다양성을 위한 일고찰</b> 사회: 김재철(국가브랜드위원회국장) 발제: 이호은(청운대학교) 토론: 이준호(동의대학교) 김찬태(KBS PD) 오창우(계명대학교) 이화행(동명대학교)	15:30 ~ 16:20
------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------

### Break Time(16:20~16:30)

제3주제	<b>제18대 대통령선거 경선 TV토론 무엇이 문제인가?</b> 사회: 김용호(부경대학교) 발제: 정성호(동명대학교) 토론: 윤성옥(경기대학교) 김선남(원광대학교) 문철수(한신대학교) 이종희(중앙선거방송토론위원회)	16:30 ~ 17:20
------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------

### 폐회(17:30~18:00)

사 회 : 정태섭 (총무이사)

폐회사 : 전희락(한국정치커뮤니케이션학회장)



## 〈차 례〉

대통령선거 후보자 토론회의 현실과 개선방안 / 이진로 ..... 5

대통령후보 TV토론회 영상의 균형과 다양성을 위한 일고찰 / 이호은 ..... 23

제18대 대통령선거 경선 TV토론 무엇이 문제인가? / 정성호 ..... 57



## 제1주제

(14:30~15:20)

### 대통령선거 후보자 토론회의 현실과 개선방안

-미국의 2012년 대선 방송토론회 계획과의 비교-

발제: 이진로(영산대학교)

# 대통령 선거 후보자 토론회의 현실과 개선 방안

-미국의 2012년 대선 방송토론회 계획과의 비교<sup>1)</sup>

이진로(영산대학교 신문방송학과)

## 1. 서론

우리나라의 제18대 대통령선거가 2012년 12월 19일 실시된다. 여당과 야당이 각각 대선 후보자를 선출한 다음 이들 후보를 대상으로 유권자는 대통령 후보자를 선택하여 투표한다. 정당의 대선 후보자 선출 과정에서 후보자의 정책과 능력에 대한 정보는 주로 방송, 인터넷, 신문, SNS 등 미디어를 통해 전달된다. 미디어의 정보 전달, 여론 형성 역할은 정당별 후보자가 모두 확정된 다음에 본격적인 대통령 선거 운동 기간에도 이어진다.

이처럼 선거에서 미디어의 역할이 큰 이유로 저비용 고효율의 민주주의 정치에 대한 기대를 들 수 있다. 과거 대중유세 시대의 선거에서 후보자와 운동원은 유권자를 직접 접촉하거나 또는 광장에 많은 유권자를 모아 지지율이 높음을 보여주었다. 이러한 제도에서 후보자는 서로 더 많은 지지자를 유세장 소로 집결시키려고 노력했고, 이 과정에서 지지자를 동원하는 조직의 결성과 운영 과정에 막대한 비용을 투입했다. 엄청난 선거비용의 조달은 불법적인 선거자금 모금과 이에 따른 이권 개입으로 연결된다는 비판을 받았다. 왜냐하면 대통령 당선자는 선거자금 제공자에 대해 특권을 부여하는 제도나 입법으로 보상하기 때문이다. 이에 따라 미디어 중심의 선거제도 도입에 대한 사회적 합의가 형성됐고, 대중유세를 대신하여 유권자가 후보자별로 상이한 정책과 역량을 비교할 수 있도록 대통령선거 후보자 방송토론회가 제도화됐다.

선거관리위원회는 2002년 제16대 대통령선거를 앞두고 선거법 등 정치관계법 개혁안에 폭넓은 선거공영제 구조 하에서 미디어 중심의 선거운동을 지향하는 내용을 담았다. 주요한 내용은 국가가 대통령 선거 운동 기간 동안 이루어지는 합동 신문광고와 신문광고의 절반, 100회 이내의 TV와 라디오 방송광고의 비용 절반을 각각 부담하고, 주요 방송사와 학계, 대한변협, 언론사단체, 시민단체 등이 추천하는 11인과 원내 교섭단체가 1인씩 추천하는 인사로 구성되는 선거방송 연설·토론회위원회가 주관하는 TV 합동연설회와 대담, 토론회를 방송 중계하도록 했다.

미디어 중심의 선거에서 후보자 상호간 TV토론회<sup>2)</sup>는 후보자의 지적 수준, 문제 대응 능력 및 인간적

1) 이글은 이진로(2003)을 본 주제에 맞게 재구성, 수정, 보완한 것임.

2) 이효성(1997, 23쪽)은 토론(debate)을 국회와 같은 심의기구가 특정 규칙에 따라 동의를 처리하기 위한 형식적 논의로 합의를 이끌어 내는 것과 서로 경쟁하는 두 편이 어떤 명제에 대하여 벌이는 규제적 논의로 의견의 우열을 보여주기 위한 것 등 두 가지로 나누며 TV 토론의 경우 후자의 뜻이라고 지적한다. 한편 본 논문은 이러한 맥락에서 토론과 토론회를 함께 사용한다.

면모 등을 후보자간 비교를 통해 가장 잘 드러낼 뿐만 아니라, 이에 대한 유권자의 판단 형성과 투표에의 연결 가능성 등으로 인해 가장 중요한 정보 제공 방식이라고 할 수 있다.

TV토론회가 후보자간에 공정한 기회를 주면서도 선거의 본질과 관련된 서로간의 차이점을 부각시킬 수 있는 방식으로 구성될 때 유권자는 덜 왜곡된 정보로 합리적인 기준을 설정하여 혈연, 지연, 학연 등의 사적 이해관계를 탈피한 장기적, 공적 차원에서 투표행위에 나설 것으로 기대된다. 또한 TV는 유권자 대부분이 접할 수 있고 이해도가 높은 미디어다. 하지만 TV 토론회의 문제점도 지적된다. TV라는 매체의 특성상 자칫 유권자에게 필요한 정보 제공에는 소홀한 채, 이미지 위주의 경쟁을 가져올 수 있기 때문이다. 이러한 점에서 우리나라 대통령선거 TV 토론회가 유권자의 선거정보 확보와 대통령 선택에 긍정적 역할을 하도록 내용과 형식을 검토하는 것은 매우 중요한 과제다.

이 글은 우리나라 대통령선거 후보자 TV토론회의 개선방향을 모색하기 위해 미국의 2012년 대통령 선거 토론회 개최 계획을 비교, 검토한 다음에 토론회 제도를 비롯해 토론 의제의 선정과 토론 진행방식 등의 측면에서 구체적인 내용을 제안하고자 한다.

## 2. TV 선거 토론회 연구 검토

크라우스와 데이비스(Kraus and Davis, 1981)는 TV 토론에 관한 이론을 최초로 논의했는데(박기순, 1998), 유권자의 정보 증가가 민주주의에 기여하지만 잘못 정착할 경우 위험할 수 있다는 민주주의 이론을 비롯해 일반대중의 정보 사용 능력에 회의적이므로 선거과정에 미디어가 개입하는 것이 바람직하지 않다는 엘리트 이론, 선거란 유권자와 후보자 사이의 거래이므로 TV 토론이 유권자를 도와서 민주화에 기여한다는 거래(transaction) 이론 등을 각각 제시하면서 각국의 상황과 조건에 따라 다양하게 나타난다고 말한다.

국내에서 이루어진 대통령선거 TV 토론회 관련 연구에 대한 관심은 민주주의가 확대되기 시작한 1992년 제14대 대통령선거 전후로 거슬러 올라갈 수 있다<sup>3)</sup>. 여기서는 지금까지 TV 토론회의 필요성 및 방안과 평가에 관한 국내의 문헌을 중심으로 소개하겠다.

임태섭(1992)은 TV를 통한 정책대결이 유권자를 존중하고 유권자의 판단을 위한 정보를 제공하는 장이라고 지적하고, 미국의 연구 사례를 정리하여 첫째, TV 정책대결은 대통령후보들이 그저 자신의 정치철학이나 정책을 제시하는 '무료연설기회'가 아니므로 반드시 상대방의 주장에 대한 반론과 이 반론에 대한 재반론이 허용될 것, 둘째, TV 토론회가 정책대결이 아닌 이미지 대결로 변질하는 것을 방지하기 위해 참가자의 외모는 주변적으로 처리할 것, 셋째, 유권자의 감정을 자극하는 수사적 슬로건(Rhetorical slogan)을 사전에 배제할 것을 강조했다.

3) 박기순(1996, 122~124쪽)은 한국의 정치토론 역사가 1987년 제정된 대통령선거법 제44조(방송시설을 이용한 대담과 토론)에서 규정한 2인 이상의 후보자와 후보자가 지명한 2인 이상의 연설원이 방송시설을 이용하여 토론을 할 수 있다는 조항에서 법적으로 가능해졌지만, 후보들 사이에 합의가 이루어지지 않은데다가 경험부족과 후보자들의 두려움 등으로 무산되었고, 1993년 통과된 '공직자선거 및 선거부정방지법'에 따라 사회단체나 언론기관의 후보자 초청 대담이나 토론이 가능해졌고, 1995년 4대지방자치제선거에서 전국적으로 총 1백회가 넘는 TV토론회가 개최되면서 TV토론회의 관심을 제고시켰다고 지적한다.



임태섭(1992)은 또한 한국적 상황에 맞는 구체적 실행방안으로 첫째, 공정한 단체가 행사를 주관하고, 둘째, 유권자의 4분의 1정도의 지지를 받는 참가자가 90분씩 5회 이상 대결을 갖고, 셋째, 불편부당한 사회자, 질문자, 심판자를 선정하고, 넷째, 미국식 골격 위에 심층질문과 반론을 추가하고, 다섯째, 조그만 스튜디오에서 후보자의 개별 클로즈업을 피하면서 진행할 것을 제안한다.

이효성(1997)은 선거 후보자의 텔레비전 토론회의 유형으로 오리건형(Oregon style)<sup>4)</sup>, 공동기자 회견형, 후보자 직접 충돌형, 시민회의형(town hall format)<sup>5)</sup>, 일인 기자회견형 등으로 나누고 연기력과 말솜씨 등 이미지의 영향을 줄이기 위해서 첫째, 토론의 내용을 개인적이고 극적인 요소보다는 본질적이고 정책적인 요소에 초점을 맞추고, 둘째, 후자들의 답변회피, 동문서답에는 추가질문과 반박으로 대응하고, 셋째, 주제를 중요한 문제로 한정하여 심도 있는 논의를 이루고, 넷째, 가능하면 후보자간 직접 대결을 유도하고, 다섯째, 언론의 토론 보도가 후보자간 자질, 식견, 비전, 정책의 우월성 등 본질 중심으로 이루어질 것 등을 지적한다.

이효성(1997)은 텔레비전 토론의 장점으로 부정·타락선거의 방지를 비롯해 저비용의 광범위한 접촉, 선거보도의 보완, 유식한 유권자의 창조를 그리고 단점으로 이미지 등 후보자의 비본질적 요소의 영향 증대, 매체정치화에 따른 정당정치의 후퇴와 정치의 사인화(私人化), 토론회에 참여하지 못하는 군소 후보의 불리함을 각각 제시하지만 프로그램 포맷의 개선으로 단점을 최소화할 수 있다고 말하고, 시민의 선거 참여 확대, 저비용 선거 운동 실시, 텔레비전의 공명선거 참여와 민주주의 실현 측면에서 대통령 후보자 TV 토론회가 필수적임을 강조한다. 그리고 이효성(1997)은 우리 실정에 맞는 포맷을 개발하기 위해 토론주최자로서 방송사, 방송위원회와 선거관리위원회, 미국의 '대통령 후보 토론위원회'와 같은 민간기구의 담당을 검토하고, 토론참여 후보에 원내 교섭단체 후보를 우선으로 하되 군소 후보의 균등한 기회 보장 차원에서 별도의 토론회 개최를 고려할 것을 지적하고, 토론의 주제를 묶어 3-4회 개최하고, 개최시기는 한 달의 선거운동 기간에 5-7일 간격으로 정하고, 토론시간은 90분에서 100분이 적당하다고 주장한다. 이효성(1997)은 또한 세부 절차 측면에서 질문자 없이 사회자가 진행하거나 언론인 패널에 의한 공동 기자회견식 토론을 택하되 후보자간 질문 기회를 부여하여 활기를 띠도록 하고, 발언시간의 동등성과 더불어 화면의 공평성을 기하고, 오후 7시에서 10시 사이의 황금시간대에 생방송으로 진행할 것을 제안한다.

이종수(1997a)는 이상적인 TV 토론 포맷을 위한 논의에서 주최자로는 방송사 또는 독립적인 별도기구를 검토하고, 후보자의 참가범위는 당선 가능성이 높은 후보자 2명을 중심으로 하되, 제3당 후보자와 군소 정당 후보들의 토론기회를 점차 포함시킬 것 등을 검토하고, 토론회 개최 시기와 횟수에서는 선거기간 막바지 등을 그리고 개최 장소는 대학 캠퍼스와 방송사 스튜디오를 각각 고려하고, 방송 형태와 시간대는 생방송에 녹화 자료를 사용할 수 있고, 황금시간대를 택할 것을 각각 제안한다. 이종수

---

4) 오리건형은 1948년 미국 오리건 주 포트랜드 시에서 행해진 공화당 예비선거에서 듀이와 스테슨 후보 사이의 토론에 붙여진 이름으로 토론자들이 각각 20분씩의 연설을 한 다음 각각 8분 30초씩 반론을 제기하는 형태인데, 링컨-더글라스 토론에서 한 후보가 1시간 연설하고, 이에 상대후보가 1시간 30분 반박하고, 다시 처음 후보가 30분 반박하는 형식을 1시간짜리 라디오 프로그램으로 변형, 축약한 것이다(이효성, 1997, 60쪽).

5) 시민회의식 토론은 사회자로 한 명이 그리고 질문자로 부동산 유권자인 다수의 청중이 참여하며 토크쇼 토론으로 불리기도 한다(이효성, 1997, 66쪽).

(1997a)는 또한 아카데미식<sup>6)</sup>, 연설토론식(오리건 스타일), 공동기자회견식, 양자 직접토론 방식, 시민포럼식(town hall meeting) 등의 토론 유형을 제시하고, 토론 내용의 정보유용성, 토론 진행방식의 공정성, 토론진행 스타일의 역동성, 시민참여의 민주성 등의 측면에서 장단점을 비교할 때 토론회별로 상이한 포맷을 적용하고, 한국적 정서에 맞도록 변형시킬 것을 제안하고, 사회자는 질서를 유지하는 등 최소한의 역할 수행, 90분에서 120분의 토론시간, 1-3개의 토픽에 초점을 맞추기, 후보자에 대한 중립적인 샷(shot)과 적절한 상대후보자 반응샷의 병행, 토론 보도에서 경마식 저널리즘의 경계 등이 필요하다고 지적한다.

박기순(1998)은 한국의 대통령 선거에 미국식 TV 정치토론을 도입, 정착 시키기 위해서는 꾸준한 연구가 필요하다고 지적했는데, TV 토론회의 긍정적 측면으로 유권자들이 후보자 토론을 통해 후보들의 주장과 반응을 직접 비교할 수 있는 점에서 단순한 뉴스 보도의 한계를 극복하고, 후보자 미정 상태에서 특정 후보의 선택 결정, 한 후보 지지에서 다른 후보로의 지지 변경, 특정 후보에 대한 지지의 유보, 특정 후보 지지의 강화 등 네 가지 측면의 변화가 일어난다고 말한다. 이와 달리 TV 토론회의 부정적 측면으로 토론에 충실히 임하지 않은 채 선거 캠페인의 정치적 슬로건을 반복하고, 연습을 통해 포장된 이미지를 전달하고, 경쟁자들을 혼란시키거나 또는 화내고, 당황하게 만들어서 유권자의 마음을 사로잡으려 하므로 오락적 쇼가 됨으로써 교육적 기능을 수행하기 어렵다는 내용을 소개한다.

박기순(1998)은 또한 정치와 선거에서 TV의 역할이 커짐으로써 네 가지 점에서 변화가 일어난다고 말하는데, 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 후보들이 정당을 거치지 않고 광고캠페인 기획사, PR 대행사 등의 도움을 받아 TV를 통해 직접 유권자를 만나는데 따라서 정당의 영향력이 줄어든다. 둘째, 유권자가 TV를 통해 정치와 선거 정보를 습득하는 경향이 증가하므로 TV의 영향력은 커진다. 셋째, TV의 매체적 특성은 맥루한(Marshall McLuhan, 1964)이 지적했듯이 TV에 잘 어울리는 후보에 적합하므로 시청자의 상상력과 참여도를 줄인다. 넷째, TV는 후보자의 선거운동 방식을 정당원의 직접 접촉과 대중 유세에서 벗어나 다정하고 친근한 외모, 세련된 정치적 수사기법, 매력적인 이미지 관리, 효율적인 뉴스 메이킹 전략 위주로 변화시킨다.

조성대(2002)는 미국의 TV 토론회가 후보자의 정책과 자질에 대한 학습효과를 나타내므로 유권자의 선거에 대한 관심과 참여에 긍정적으로 작용한 점에서 공론장 기능을 수행했다고 평가하지만 한국의 경우 전통적으로 인물 품평회식 경향에 따라 영향이 제한된다고 지적한다. 또한 TV 토론회가 유권자에 강한 영향을 미치는 경우는 박빙의 승부가 예측되는 선거와 지지 후보가 결정되지 않거나 소속정당이 없는 유권자 그리고 선거 말기에 정치 지식 정도가 낮은 유권자 등이 각각 해당된다(조성대, 2002). 한편 TV 토론 형식과 관련하여 패널리스트가 참여하는 공동기자회견 방식은 유권자의 쟁점을 반영하지 못하므로 시민이 직접 참여하고 감시할 수 있는 시민포럼 형식과 시민관찰단 프로그램이 적극 검토될 필요가 있다(조성대, 2002).

토론회에서 패널리스트의 역할에 대해서는 신중할 필요가 있다. 패널리스트는 대선 토론회에서 후보자가 정책에 관한 구체적인 의견을 제시할 수 있도록 질문을 제기하는 이로, 상당한 전문적인 식견을

---

6) 아카데미식 토론은 대학식(Collegiate)으로 논란이 되는 명제를 제시하면 이것에 대한 토론 참여자의 찬·반 의견을 제시하는 형태로 반박할 기회는 있지만 쌍방간의 직접적인 질문과 반박은 없다(이중수, 1997a, 67쪽).

갖고, 정책 중심의 심도 있는 질문을 제기하고, 후보자가 핵심을 회피하거나 얼버무리면 보충질문을 해서 적당히 넘어가지 못하도록 할 필요가 있고, 현상적, 선정적인 사항에 집착하여 언쟁에 빠진 나머지 천박한 토론회를 만들지 않도록 진지한 전문가를 선정할 것이 요구된다(이효성, 1997, 124쪽).

그런데 미국의 경우 패널리스트가 후보자나 공중의 이해를 대변하기보다는 자신의 이해에 따라 질문을 하고, 하나의 질문 내에 다수의 질문을 포함하여 제기함으로써 후보자가 답변하기 곤란하도록 하고, 적대적이고 일방적인 질문을 통해 후보자의 정체를 폭로하는 것처럼 행동하고, 패널리스트의 일방적 질문과 후보자의 일방적 답변으로 인해 기자회견과 유사하다고 지적받았다(Hellweg, Pfau & Brydon, 1992, pp.23~24).

이러한 측면은 패널리스트의 속성과 연관되는데, 중립성과 객관성을 지향하는 패널리스트는 후보자 중에서 아무도 이기지 않는 이슈(no-win issue)를 다루게 되어, 후보자 정책의 유사성을 증가시키는데, 이는 마치 패널리스트가 후보자 사이에 존재하는 '완충지대' 역할을 하는 것과 같다(Martel, 1983). 이밖에 사회 각계 각층의 대표인사, 사회자가 대행, 청중이 담당, 그리고 앞의 세 층의 동시 참여 등 네 가지 구성방안이 제안된다(권호영 외, 1997).

패널리스트가 분야별 전문가일 경우에는 전문적인 지식을 바탕으로 후보자의 구체적이고 깊이 있는 정책 대안을 들을 수 있지만, 공중의 의제와 무관할 우려가 있고, 언론인 출신일 경우에는 폭넓은 관심 사항과 해박한 지식으로 인해 부드러운 토론진행과 흥미 있는 논쟁이 가능하지만, 역시 유권자의 질문 내용과 무관할 수 있고, 시민 중에서 선정할 경우에는 시민의 공중의제를 곧바로 후보자에게 전달할 수 있는 반면, 정책에 대한 전문성이 부재하여 지속적인 질문과 토론이 곤란하고, 특정 후보자에게 유리하거나 불리한 질문을 제기할 경우 편파성 시비로부터 자유스럽지 못하다.

토론회의 세부 사항과 관련해 살펴보자. 미국의 대통령 후보자 토론은 1960년 케네디-닉슨의 토론에서 그 기본 골격이 갖춰졌고, 그 후 후보자들에 따라서 부분적으로 변화되어 왔는데, 과거의 주요 절차는 흔히 토론자들의 개시연설로 시작하여 사회자의 조정 아래 서너 명의 질의자들이 각 토론자에게 질문을 하면 그에 대해 토론자들이 답변을 하는 순서로 진행되고, 토론의 종결부에서 후보자들이 종료연설을 하며 토론을 끝맺는 것이 일반적이다(이효성, 1997, 120쪽).

그러나 최근에는 미국의 경우 패널이 없이 사회자만으로 토론회를 진행하고, 질문에 대한 보충질문과 더불어 후보자들간에 서로 반박한 후 마지막에 후보자 종료연설로 토론회를 끝내는 방식이 선호되고 있고, 프랑스의 경우는 사회자의 질문에 후보들이 답변한 후 서로 직접 대결을 취하는 형식을 취하고 있다(이효성, 1997, 121쪽).

토론회의 개선과 관련한 매콜(1984)의 제안은 질문의 중요성을 강조하는데, (1) 후속 질문은 첫 질문과 직접 관련되어야 한다, (2) 질문은 후보자간 불일치 영역에 초점을 맞춰야 한다, (3) 질문에 편견이 없어야 한다, (4) 질문은 적대감보다는 오히려 호의적인 어조로 전달되어야 한다, (5) 질문은 중요한 정책의 설명과 정당화를 요구해야 한다 등의 주장은 정책 토론을 위해서는 무엇보다도 사회자와 패널리스트 및 서로를 향한 질문이 적합해야 함을 의미한다.

다음에 미국의 대선토론회의 문제점으로 후보자의 정보와 차이점을 충분히 드러내지 못하는 사항이 지적된다(강태완 외, 2001). 첫째, 대선 토론이 너무 축약된 형태로 진행되고, 둘째, 후보자들은 자신의 주장을 애매모호하게 표현함으로써 부동층의 표를 흡수하거나 이탈표를 방지하는데 급급하고, 셋째, 토

론을 통해 후보자의 자질이 잘 드러나지 않는 것 등을 지적하고, 2000년 민주당 고어와 공화당 부시의 대선 당시 등장한 개선 노력으로 1차에서 두 후보자와 사회자가 120도 각도를 향하게 배치하여 토론자가 연설대에 서서 답하는 형식을 취했고, 2차에서 120도 각도의 Y자 책상을 두고 토론자와 사회자 모두 앉아 질문하고, 대답했고, 3차에서 두 토론자를 위한 간이 의자를 마련하고, 한 후보자가 대답하면 다른 후보자는 의자에 앉는 방식을 취했음을 들고 있다(강태완 외, 2001, p. 27).

그리고 이효성(1997, p. 122~123)이 제안한 토론 모델은 패널이 있을 경우에는 토론의 공정성을 위해서 사회자의 지시에 따라 질문자가 질문하면 거기에 후보자 전원이 순서를 바꿔가면서 일정한 시간(약 3분) 내에서 답하고, 미진할 경우 보충질문을 통해 답변(1~2분내)하도록 한 다음에 순서를 바꿔가며 후보자들이 서로 질문하고 반박하도록 하여 활기 있는 토론을 의도한다. 또한 패널이 없고 사회자가 홀로 진행할 경우에는 사회자의 역할은 토론자들에게 동등한 기회를 보장하고, 후보자들 상호간의 질문과 답변으로 진행하고 토론의 시작과 끝에 일정한 시간(약 5분)을 자유롭게 발언하도록 할애하는 방식을 제안한다.

한편 프랑스의 경우 '시청각 최고 평의회'(CSA)가 선거방송을 전담하고, 텔레비전이 정치 권력에 대해 객관성과 중립, 독립성을 지키고 지속적인 정치 대담 등의 정치 토론 프로그램 편성을 통해 유권자에게 충실한 정치 정보를 전달하는데 주력하고 있다(권호영 외, 1997, 57-58쪽).

이들 연구는 TV토론이 후보자간의 이미지 대결이 아니라 정책대결을 지향해서 유권자의 투표 결정 자료가 되어야 할 것을 강조하고 공정한 단체의 주최, 토론 형식에서 쟁점의 부각과 비교가 잘 나타나는 방식, 불편부당한 사회자와 질문자의 선정, 활기 있는 진행을 위해 후보자간 반론기회의 부여, 유력 후보자 중심이되 군소 후보자에 대한 적절한 기회 제공, 90분간 3회 이상을 황금시간대에 생방송으로 진행한다는 점에서 대체로 공통된다.

### 3. 미국 대통령선거 TV 토론회 검토

#### 1) 기존의 TV 토론회

미국의 최초 TV 토론은 1960년 공화당 후보 닉슨과 민주당 후보 케네디 사이에 열렸는데, 부통령 닉슨이 상원의원 케네디를 다소 앞섰지만, 선거 결과 케네디가 닉슨을 49.7% 대 49.6%로 0.1%(11만표)의 차이로 당선되면서 큰 관심을 끌었다. 토론회에서 두 후보자는 네 명의 질문자로부터 질문을 받되, 상대 후보자에게 직접 반박할 수 없고, 질문에 대해 한 후보자가 2분 30초 동안 답변하고, 다른 후보자는 1분 30초 동안 반론하는 형식으로 진행됐는데, CBS, NBC에 이어 ABC가 마지막 두 차례를 주관했다.

이후 대통령 후보자들은 TV 토론회를 기피했다가 1976년 공화당 후보 포드와 민주당 후보 카터 사이에 열렸다. 부통령 포드는 낮은 지지율을 만회하기 위해 토론회를 제의했고, 3회에 걸쳐 90분씩 국내, 외교, 자유 주제로 나누어 여성유권자 연맹의 주관으로 진행했다. 형식 측면은 질문과 답변에서 동일 질문인의 심층 질문이 제기될 수 있었다. 토론회는 처음에 포드가 우세했으나 두 번째 토론회에서 포드의 발언이 언론의 비판을 받았고, 결국 카터가 당선됐다.

1980년 선거의 TV 토론회는 공화당 레이건 후보, 민주당 현직 대통령 카터 후보, 무소속 후보 앤더슨

등 세 명의 후보가 대두됐으나 3인 토론회에 카터가 반대하면서 레이건과 앤더슨의 60분간 토론회, 레이건과 카터의 90분간 토론회가 열렸고, 상대적으로 자신감 있는 모습을 보여준 레이건이 당선됐다.

1984년 선거의 TV 토론회는 공화당의 현직 대통령 레이건 후보와 민주당의 몬데일 후보 사이에 90분간씩 2회, 그리고 양당의 부통령 후보 사이에 1회 열렸는데, 레이건 후보는 1차 토론의 불리한 결과를 2차 토론에서 상쇄하면서 재선됐다.

1988년 선거의 TV 토론회는 공화당의 현직 부통령 부시 후보와 민주당의 듀카키스 후보 사이에 90분간씩 2회 열렸는데, 1차 토론회를 무사히 마친 부시 후보가 2차 토론회에서 진행자의 과격함 가상의 질문에 당황한 듀카키스 후보에 승리했다. 토론회 주관 기관으로 1987년 설립된 비영리, 비정당의 민간기구인 대통령후보토론회위원회가 처음 등장했다.

1992년 선거의 TV 토론회는 공화당의 현직 대통령 부시 후보와 민주당의 클린턴 후보 그리고 무속속의 페로 세 후보가 벌인 90분간씩 3회의 토론회와 공화당과 민주당의 부통령 후보 사이의 한 차례 토론회로 각각 진행됐다. 토론회 형식은 1차는 패널리스트의 참여, 2차는 궤립여론조사연구소에서 선정한 지지후보를 결정하지 않은 유권자 209명이 참여하는 시민참여형, 그리고 3차는 전반부는 패널리스트 없이 사회자 진행, 후반부는 1차와 마찬가지로 패널리스트 질문과 후보자 답변 방식을 각각 채택했다.

1996년 선거의 TV 토론회는 공화당의 둘 후보와 민주당의 현직 대통령 클린턴 후보 사이에 90분간씩 3회에 걸쳐 이루어졌다. 토론회 형식은 1차와 3차 토론은 패널을 두지 않고 사회자가 진행하는 방식이고, 2차 토론은 1992년과 마찬가지로 유권자 113명이 청중으로 참여하는 시민참여형 방식이다.

2000년 선거의 TV 토론회는 공화당의 부시(1998년 대통령 당선자 부시의 아들) 후보와 민주당의 현직 부통령 고어 후보 사이에 2회에 걸쳐 열렸고, 선거 결과 유권자 득표에서 고어가 앞섰으나, 선거인단 득표에서 부시가 앞서면서 당선됐다.

요컨대 1960년 이후 미국의 TV 토론회는 잠시 공백기를 거쳐 1976년부터 지속적으로 개최됐는데 주관사로는 방송사, 여성유권자연맹, 대통령후보토론회위원회 등으로 변화했고, 부통령 토론회를 포함해 대개 3회 내외에 걸쳐 진행됐고, 형식적으로 최근에는 패널리스트와 시민참여형, 사회자 진행 방식이 혼용됐다. TV 토론회는 시청자가 4,000만 명에서 8,000만에 이르러 대통령 선거의 주요한 과정으로 의미를 인정받고 있다.

## 2) 2012년의 TV 토론회

미국의 2012년 대통령 후보 토론회는 대통령 후보 토론 위원회(Commission on Presidential Debates, CPD)의 주관으로 모두 네 차례에 걸쳐 이루어진다. 이 중에서 세 차례는 대통령 후보자인 민주당 후보 현직 대통령과 버락 오바마와 공화당 후보 현직 주지사 미트 롬니 사이에, 그리고 한 차례는 부통령 후보자인 민주당 후보 현직 부통령 조바이든과 공화당 후보 현직 하원의원 폴 라이언 사이에 진행된다.

첫 대통령 후보 토론회는 10월 3일 수요일 오후 9시부터 10시 30분 사이(동부 시간 기준, 90분간 이하 동일함) 콜로라도주 덴버시의 덴버대학교에서 미국 공영방송 PBS 뉴스아워의 편집자를 역임한 짐 레러(Jim Lehrer)에 의해 진행되는데 주요 토의주제는 국내 정책이다. 첫 토론회 진행자인 레러는 2004년을 제외하곤 1988년부터 2000년까지 여섯 차례 대선에서 총 열한 번이나 마이크를 잡은 TV 토론 전문가로 2008년 대선 때도 버락 오바마 민주당 후보와 존 매케인 공화당 후보 간 첫 토론 진행을 맡아

편안하면서도 무게 있는 사회를 담당했는데, 1959년 델러스 모닝 뉴스에서 기자 생활을 시작해 방송으로 옮겨 워터게이트 사건과 리처드 닉슨 대통령의 탄핵 재판 보도로 명성을 날렸으며 동료 로버트 맥닐과 콤비를 이뤄 30여개의 언론 관련 상을 수상했고 TV 명예의 전당에 헌액되기도 했다(연합뉴스, 2012.8.14).

첫 토론회의 사회자는 국내 정책에 초점을 맞추되 대략 15분씩 여섯 분야로 구분한 내용을 토론회 수주전 공표한다. 사회자는 각 분야를 질문으로 시작하고, 각 후보자는 2분간의 응답시간을 갖고, 사회자는 주제 토론을 위해 분야별 시간을 균형 있게 사용한다. 2012년 토론회의 특징은 사회자가 유권자의 후보자와 이슈에 대해 더 잘 알 수 있도록 국내외 토픽에 대해 비교적 많은 시간을 배정한 것이다.

부통령 후보 토론회는 10월 11일 화요일 오후 9시부터 10시 30분 사이(동부 시간 기준) 켄터키주 덴빌에 위치한 센터 컬리지에서 ABC 뉴스의 선임 외교 담당 기자인 마사 라다츠(Martha Raddatz)에 의해 진행된다. 토론회는 국내외 정책을 다루되 대략 10분씩 7개의 분야로 나뉘어 진행된다. 사회자가 서두에 질문을 제기하고, 각 후보자는 2분간의 응답시간을 갖으며 사회자가 분야별 시간을 조정한다.

두 번째 대통령 후보 토론회는 10월 16일 화요일 오후 9시부터 10시 30분 사이(동부 시간 기준) 뉴욕주 웹스테드에 위치한 홉스트라(Hofstra) 대학교에서 미국 CNN의 수석 정치 통신원이자 State of the Union 프로그램의 앵커인 캔디 크롤리(Candy Crowley)에 의해 타운홀 미팅 방식으로 진행된다. 타운홀 미팅에 참여하는 시민들이 후보자에게 국내외 이슈에 대해 질문을 제기하고, 후보자는 각각 2분의 답변 시간을 갖는다. 후보자는 토론을 원활하게 진행하도록 추가 답변 시간을 부여할 수 있다. 타운홀 미팅 참석자는 꺾임이 후보자를 결정하지 않은 유권자 중에서 선정한다.

세 번째 대통령 후보 토론회는 10월 22일 월요일 오후 9시부터 10시 30분 사이(동부 시간 기준) 플로리다주 보카 레이턴에 위치한 린(Lynn) 대학교에서 미국 CBS 뉴스의 워싱턴 수석 특파원이자 Face the Nation 의 사회자인 밥 쉬퍼(Bob Schieffer)에 의해 진행되는데 주요 토의주제는 외교정책이다. 토론회 방식은 첫 번째와 같다.

모든 토론회에서 후보자의 기조 발표 시간은 없지만 2분간의 맺음말 발표 시간을 갖는다. 타운홀 미팅을 제외한 모든 토론회에서 대통령 후보 토론위원회(CPD)는 후보자들이 사회자와 함께 테이블의 좌석에 앉도록 권유한다. 이와 함께 대통령 후보 토론위원회(CPD)는 혁신적인 인터넷 유권자 교육 프로그램을 운영하여 시민들이 토론회 논의 이슈에 대해 잘 알 수 있도록 그리고 토론회에 앞서 사회자에게 의견을 제공하도록 격려한다. 이 프로그램은 인터넷 지도자 연합의 지도를 받는다. 이러한 포맷은 유권자들이 국가의 주요 이슈에 대해 후보자 토론회를 통해 엄격히 검증할 기회를 갖는데 초점을 맞추었다.

대통령 후보 토론위원회(CPD)는 1987년 설립된 이후 대통령과 부통령 후보자 토론회를 주관하는 비당파, 비영리 조직이다. 공동의장은 파렌코프(Frank J. Fahrenkopf, Jr.)와 매커리(Michael D. McCurry)가 각각 맡고 있고, 사무총장(Executive Director) 1명과 운영위원(Director) 9명 등으로 구성된다<sup>7)</sup>. CPD의 후보자 초청 기준은 헌법적 자격, 선거인단 투표 가능성, 유권자 지지 등 세 가지를 모두 충족시킬 것을 요구한다. 첫째, 헌법적 자격의 내용은 헌법 2조 1항에서 요구하듯이 후보자는 35세 이상으로 미국에서

7) 2012년도 후원사는 Anheuser-Busch Companies, BBH New York, The Howard G. Buffet Foundation, Sheldon S. Cohen, Esq., Crowell & Moring LLP, International Bottled Water Association (IBWA), The Kovler Fund, Philips Electronics North America, Southwest Airlines, YWCA USA 등이다.

출생하고, 14년간의 거주자로서 헌법이 부과한 자격을 갖춰야 한다. 둘째, 선거인단 투표 가능성의 내용은 2012년 선거에서 선거인단으로부터 다수를 확보할 수학적 가능성을 확보하도록 충분한 주별 득표 실적을 제시해야 한다. 헌법에 따르면 대통령 당선을 위해서는 유권자 득표수와 관계없이 270표 이상의 선거인단 득표를 확보해야 한다. 셋째, 유권자 지지의 내용은 후보자 결정 시점으로부터 가장 최근에 공개적으로 보도된 여론 조사 결과 다섯 번 이상 15% 이상의 지지율을 기록해야 한다. 이러한 지지율 표준의 적용에 대한 자문을 갤럽이 담당한다. 이처럼 후보자 결정은 첫 토론회 준비를 순조롭게 진행하도록 충분히 조기에 진행하는데 2012년 노동절 이후 참가 후보 결정이 이루어진다.

## 4. 우리나라 대통령선거 TV 토론회의 주요 규정 내용과 개선 방안

### 1) 우리나라 대통령선거 TV 토론회의 주요 규정 내용

정치토론의 긍정적 기능으로는 반대 의견의 표명과 허용을 통해 민주정치에 기여하고, 불만과 갈등을 구조화된 논쟁을 통해 수렴, 해소함으로써 정치체제의 보존에 기여하고, 유권자들에게 다양한 견해와 정보를 제공하는 점에서 교육적 효과가 있고, 쟁점에 대한 합치점과 불일치점을 조명하는 등 논의의 결과를 낳는다는 점이 지적된다(이효성, 1997, 52~54쪽).

이러한 정치토론의 순기능은 텔레비전 토론회가 후보자에 대한 보다 풍부한 정보를 유권자들에게 제공할 수 있도록 정책 대결을 지향할 때 더욱 잘 발현될 수 있다.

정책대결을 지향하는 토론의 구성을 위해 필요한 내용을 알아보기 위해 먼저 토론을 구성하는 주요 사항을 살펴보겠다. 미국의 경우 1984년 공화당의 부시 후보와 민주당의 듀카키스 후보는 텔레비전 토론회를 위한 양해각서(Memorandum of Understanding)를 작성했는데 다음과 같은 사항을 포함한다(Hellweg, Pfau & Brydon, 1992, p.11).

- (1) 토론회수, (2) 토론의 날짜, 장소, 시간, (3) 주최자(처음 두 번은 위원회, 세 번째는 여성유권자 연맹), (4) 사회자와 패널리스트의 선정과 역할, (5) 구체적인 질문 유형과 종결(closing) 멘트의 사용, (6) 시간 제한, (7) 후보자 발언 형식, (8) 원고(notes)의 사용, (9) 무대장치(카메라 위치), (10) 마이크, (11) 연단의 높이, (12) 카메라 샷의 제한, (13) 텔리(tally, 계산) 등(light)의 사용과 배경색, (14) 녹황적 신호등의 사용, (15) 청중 통제, (16) 입장권 배포와 좌석 할당, (17) 분장(makeup) 전문가의 활용, (18) 후보자에 대한 기술적 설명 기회, (19) 드레싱룸(dressing room 更衣室)과 홀딩룸(holding room 待機室)의 이용, (20) 보조원과 안전요원의 활용.

이처럼 많은 조건에 후보자들이 관심을 갖는 것은 텔레비전 합동토론회가 대통령선거에 큰 영향을 미칠 뿐만 아니라 좋은 토론이 되는 데는 그만큼 고려해야 할 점이 많기 때문이다.

우리나라는 2004년 설립된 선거방송토론위원회가 토론회를 담당하고 대통령 후보 토론회는 중앙선거방송토론위원회가 진행한다. 이의 법적 근거는 각급선거관리위원회가 공직선거법 제8조의 7(선거방송토론위원회)의 규정에 의하여 후보자의 대담.토론회와 정당의 정책토론회를 공정하게 주관/진행하기 위하여 설치 운영하고 있는데 따른 것이다. 또한 선거방송토론위원회 주관 토론회와 관련해서는 제82조의 2

에서 규정하고 있다.

제82조의2(선거방송토론위원회 주관 대담·토론회)

① 중앙선거방송토론위원회는 대통령선거 및 비례대표국회의원선거에 있어서 선거운동기간중 다음 각호에서 정하는 바에 따라 대담·토론회를 개최하여야 한다.

1. 대통령선거

후보자 중에서 1인 또는 수인을 초청하여 3회 이상

토론회 참가 자격과 관련해서는 주요 정당의 후보자를 비롯해 여론조사 지지율 결과를 반영하여 결정한다.

④ 각급선거방송토론위원회는 제1항 내지 제3항의 대담·토론회를 개최하는 때에는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 후보자를 대상으로 개최한다. 이 경우 각급선거방송토론위원회로부터 초청받은 후보자는 정당한 사유가 없는 한 그 대담·토론회에 참석하여야 한다. <개정 2005·8·4>

1. 대통령선거

가. 국회에 5인 이상의 소속의원을 가진 정당이 추천한 후보자

나. 직전 대통령선거, 비례대표국회의원선거, 비례대표시·도의원선거 또는 비례대표자치구·시·군의원선거에서 전국 유효투표총수의 100분의 3 이상을 득표한 정당이 추천한 후보자 <개정 2005·8·4>

다. 중앙선거관리위원회규칙이 정하는 바에 따라 언론기관이 선거기간개시일전 30일부터 선거기간개시일전일까지의 사이에 실시하여 공표한 여론조사 결과를 평균한 지지율이 100분의 5 이상인 후보자

소수 정당의 후보자나 또는 지지율이 낮은 신인 후보자가 참여하는 토론회를 별도로 개최할 수 있다.

⑤ 각급선거방송토론위원회는 제4항의 초청대상에 포함되지 아니하는 후보자를 대상으로 대담·토론회를 개최할 수 있다. 이 경우 대담·토론회의 시간이나 횟수는 중앙선거관리위원회규칙이 정하는 바에 따라 제4항의 초청대상 후보자의 대담·토론회와 다르게 정할 수 있다. <신설 2005·8·4>

이와 함께 토론회 참석 대상자의 경우 성실한 참여를 유도하기 위해 불참할 경우 해당 사실을 방송하도록 했다.

⑥ 각급선거방송토론위원회는 제4항 후단의 규정을 위반하여 정당한 사유 없이 대담·토론회에 참석하지 아니한 초청 후보자가 있는 때에는 그 사실을 선거인이 알 수 있도록 당해 후보자의 소속 정당명(무소속후보자는 “무소속”이라 한다)·기호·성명과 불참사실을 제10항 또는 제11항의 중계방송을 시작하는 때에 방송하게 하여야 한다. <신설 2005·8·4>

토론회의 공정한 운영을 명시하고, 토론회의 원활한 진행 방안을 포함하고 있다.

⑦ 각급선거방송토론위원회는 제1항 내지 제3항 및 제5항의 대담·토론회(합동방송연설회를 포함하며, 이하 이 조에서 “대담·토론회”라 한다)를 개최하는 때에는 공정하게 하여야 한다. <개정 2005·8·4>

⑧ 각급선거방송토론위원회위원장 또는 그가 미리 지명한 위원은 대담·토론회에서 후보자가 이 법



에 위반되는 내용을 발표하거나 예정된 시간을 초과하여 발언하는 때에는 이를 제지하거나 자막안내하는 등 필요한 조치를 할 수 있다.

⑨ 각급선거방송토론위원회위원장 또는 그가 미리 지명한 위원은 대담·토론회장에서 진행을 방해하거나 질서를 문란하게 하는 자가 있는 때에는 그 중지를 명하고, 그 명령에 불응하는 때에는 대담·토론회장 밖으로 퇴장시킬 수 있다.

토론회의 비용 무담 및 방송 시간, 장애인을 위한 자막방송과 수화방송, 중계방송 관련 사항에 대한 규정을 두고 있다.

⑩ 공영방송사는 그의 부담으로 대담·토론회를 텔레비전방송을 통하여 중계방송하여야 하되, 대통령선거에 있어서 중앙선거방송토론위원회가 주관하는 대담·토론회는 오후 8시부터 당일 오후 11시까지의 사이에 중계방송하여야 한다.

⑪ 각급선거방송토론위원회는 대담·토론회를 개최하는 때에는 청각장애선거인을 위하여 자막방송 또는 수화통역을 할 수 있다. <개정 2005·8·4>

⑫ 「방송법」 제2조(용어의 정의)의 규정에 의한 방송사업자·중계유선방송사업자 및 인터넷언론사는 그의 부담으로 대담·토론회를 중계방송할 수 있다. 이 경우 편집없이 중계방송하여야 한다. <개정 2005·8·4, 2008·2·29>

⑬ 대담·토론회의 진행절차, 개최홍보, 방송시설이용료의 산정·지급 기타 필요한 사항은 중앙선거관리위원회규칙으로 정한다.

이밖에도 정책토론회 관련 조항을 두어 대통령 선거를 앞두고 정당의 토론 기회를 추가로 제공한다.

#### 제82조의3(선거방송토론위원회 주관 정책토론회)

① 중앙선거방송토론위원회는 정당이 방송을 통하여 정강·정책을 알릴 수 있도록 하기 위하여 임기만료에 의한 선거(대통령의 궐위로 인한 선거 및 재선거를 포함한다)의 선거일전 90일(대통령의 궐위로 인한 선거 및 재선거에 있어서는 그 선거의 실시사유가 확정된 날의 다음달)부터 후보자등록신청개시일 전일까지 다음 각호에 해당하는 정당(선거에 참여하지 아니할 것을 공표한 정당을 제외한다)의 대표자 또는 그가 지정하는 자를 초청하여 정책토론회(이하 이 조에서 "정책토론회"라 한다)를 월 1회 이상 개최하여야 한다.

1. 국회에 5인 이상의 소속의원을 가진 정당
2. 직전 대통령선거, 비례대표국회의원선거 또는 비례대표시·도의원선거에서 전국 유효투표총수의 100분의 3 이상을 득표한 정당

② 제82조의2(선거방송토론위원회 주관대담·토론회)제7항 내지 제9항·제10항 본문·제12항 및 제13항의 규정은 정책토론회에 이를 준용한다. 이 경우 "대담·토론회"는 "정책토론회"로, "각급선거방송토론위원회"는 "중앙선거방송토론위원회"로 본다. <개정 2005·8·4>

③ 정책토론회의 운영·진행절차·개최홍보 기타 필요한 사항은 중앙선거관리위원회규칙으로 정한다. 끝으로 토론회의 불참자에 대한 처벌로서 과태료를 부과하도록 했다.

제261조(과태료의 부과·징수 등)

② 제82조의2제4항 각 호 외의 부분 후단을 위반하여 정당한 사유 없이 대담·토론회에 참석하지 아니한 사람에게는 400만원 이하의 과태료를 부과한다.〈신설 2010.1.25〉

토론회의 주요 진행 흐름을 살펴보면 첫째, 개최일시 장소 등 결정으로 방송사로부터 개최일시와 장소를 통보받아 토론위원회에서 결정한다. 둘째, 사회자 선정으로 정당의 당원이 아니며 방송진행 경험이 있는 사람 중에서 결정한다. 셋째, 주제 선정으로 단체추천과 여론조사 등을 통해 의제를 수집하여 소위원회와 위원회의를 통해 결정한다. 넷째, 진행방식 결정으로 토론의 성격과 참석 후보자 수를 고려하여 진행방식을 결정한다. 다섯째, 토론회 공표, 개최홍보로 토론회 개최전반에 관한 공표하고 신문과 자막방송 등을 통해 홍보한다. 여섯째, 설명회 개최로 참석할 토론자를 대상으로 설명회를 개최하며, 토론자의 좌석과 발언순서를 추첨하여 세부 사항을 결정한다. 일곱째, 질문사항 선정으로 자문위원·소위원회에서 질문사항안 작성 후 위원회의에서 결정하게 된다. 여덟째, 토론회 개최 및 평가로 토론진행표와 시나리오에 의해서 토론회를 진행하고 토론회 개최 후 결과를 평가하여 향후 토론회에 반영한다.

## 2) 우리나라 대통령선거 TV 토론회의 개선 방안

미국과 한국의 대통령선거 후보자 토론회를 살펴보면서 두 나라 모두 유권자를 위해 필요한 정보를 충분히 제공하는 점에서 공통되지만 토론회 주관 기관을 비롯해 토론회 방식 등의 측면에서는 일부 상이한 점을 알 수 있다. 여기서는 크게 토론회 운영 관련 사항, 토론 의제 관련 사항, 그리고 토론 진행 방식 관련 사항 등에서 개선 방안을 알아보겠다.

### (1) 대선 후보자토론회 운영 관련 개선방안

미국의 경우 대선 후보자 토론회 운영 계획을 1년 전부터 준비한다. 토론회 개최 장소와 방송시간이 2011년에 결정한 다음에 사회자를 2012년 8월에 결정했다. 이처럼 사전 준비기간을 오래 둘 경우 예상되는 문제점을 검토하고, 충분히 준비할 수 있다는 점에서 장점이다.

#### 가. 토론회 개최 시점

미국의 대통령 후보 토론회는 선거일인 2012년 11월 7일의 35일전에 첫 토론회를 실시하고, 16일전 마지막 토론회를 실시하고 있다. 미국과 국토 면적, 인구 등의 측면에서 상이한 점을 고려할 때, 우리나라가 미국의 제도를 그대로 받아들일 필요성은 적다. 우리나라의 경우 유권자의 관심과 참여 열기가 높은 선거일 25일에서 7일전 실시한다면 후보자의 정책과 이슈에 대한 입장 판단에 도움이 될 것이다.

#### 나. 토론회 중계와 홍보

토론회 중계 및 홍보와 관련해 지상파 방송사 3개 사에 대해 순차적으로 토론회 중계방송을 위임하고, 다른 방송사의 동시 및 이시 중계방송과 저작권법상 복제권을 허용하는 방안을 검토할 필요가 있다<sup>8)</sup>. 왜냐하면 현실적으로 유권자가 후보자 정보를 가장 공식적이고 비교 가능한 방식으로 획득할 수 있는 근거가 선거방송토론위원회 주최의 후보 토론회이므로 최대한 널리 알릴 필요가 있기 때문이다.

#### 다. 해외 유권자 시청 기회 제공

선거방송토론위원회 주최의 대통령 후보 토론회를 재외선거와 선상투표에 참여하는 유권자에게 실시간으로 중계하여 동시 시청시간을 제공하기에 적합하지 않다는 점을 고려하면 방송사의 VOD(다시보기) 서비스를 통한 무료 시청 기회를 제공할 필요가 있다.

#### 라. 토론참여 후보의 범위

텔레비전 토론에는 법적으로 정당한 모든 후보의 참가가 가능해야 한다. 그러나 충분한 정보 제공이란 목적의 달성을 위해 적절한 군소후보의 수용 방안이 논의될 필요가 있다. 현행 우리나라의 공직선거관리법에 따를 경우 3인 이상의 후보자가 토론회에 참여하고, 참여자가 많아질수록 토론회가 제공하는 정보의 양이 감소하고 질이 저하될 것이 우려된다.

미국의 경우 군소후보자와 관련해 1980년 선거에서 여성유권자연맹은 국민의 지지도 15%가 넘는 무소속의 앤더슨 후보를 토론대상자에 포함시켰으나 당시 현직 대통령인 카터의 거절로 인해 레이건과 앤더슨이 토론에 참여했고, 그 후 앤더슨의 지지도가 15% 이하로 떨어지면서 제외되자 카터와 레이건 둘만이 토론을 진행한 바 있다. 또한 1992년 선거에서 공화당의 현직 대통령 부시와 민주당의 클린턴, 그리고 “미국, 뭉치면 산다”(The United We Stand, America) 운동의 페로 후보 토론회 참석과정에서 대통령토론회위원회는 소수 후보자가 전국적 조직 보유, 전국적 뉴스가치와 경쟁력 보유, 그리고 전국적 관심도 보유와 관련한 증거를 기준으로 제시하였다(이효성, 1997, 119쪽, 권호영 외, 1997, 78쪽).

소수후보의 포함기준은 가장 유력한 후보자 2~4명으로 국한하되, 우리의 정치현실에서는 원내교섭단체를 구성한 당의 후보를 모두 참여시키자는 의견(이효성, 1997, p. 119)과 여기에 덧붙여 텔레비전 토론 개최 10일전을 기준으로 군소정당이나 무소속 후보의 경우 여론조사에서 원내교섭단체 소속 후보 중 가장 낮은 지지도율을 상회할 경우 허용하는 방안(권호영 외, 1997, 78쪽) 및 처음 토론회에서 두 주요 정당 후보만 참석시키고, 나중에 제3당 후보자를 다음 토론회에 참석시키고, 군소 후보자간의 토론회에서 인지도를 높인 후 프라임 타임대 토론에 등장시키는 방법(이종수, 1997, 63쪽) 등이 제기되는데, 정책토론이 효율적이고 심도있게 이뤄지기 위해서는 토론 참여 후보자를 3인 이하로 제한할 필요가 있고, 4인의 경우에는 2인씩 2개조로 운영하는 방안(5인의 경우 2인과 3인으로 구분 배정)을 고려할 수 있다.<sup>9)</sup>

바람직한 참여 범위로는 국회 원내교섭단체에서 배출한 후보자 또는 이들 보다 지지도가 높은 후보자는 1차 대상이 되어 우선적으로 이들을 포함시켜 가급적 3인 이내씩 토론회를 열어 토론회별로 충분한 시간에 깊이 있는 논의가 이루어지도록 보장할 필요가 있고, 다수의 군소 후보에게는 1인이 출연하는 대담을 통해 유권자 접촉 기회를 제공한 다음 지지도 제고에 따라서 종합토론회에 참여하도록 하거나 지지도의 변동이 적을 경우에는 군소 후보자간의 별도 토론회를 개최할 수 있다<sup>10)</sup>.

8) 미국의 토론회 주최 기관으로서 방송사는 1960년 케네디와 닉슨 사이에 네 차례에 걸쳐 이루어진 대통령선거 후보자 토론회(CBS, NBC, ABC)를 비롯해 다양한 예비선거 토론회를 개최한 데서 고려할 수 있다. 방송사는 기술적 전문성과 충분한 재정 능력을 갖추고 있으나 시청률 제고를 위한 흥미위주 편성의 유혹과 편파성 우려로부터 자유로울 수 없지만(권호영 외, 1997, 75쪽), 우리나라 방송사가 참여할 경우 선거방송토론위원회와 공동으로 진행하여 부작용을 최소화해야 한다.

9) 이 경우 토론회 이전에 밝혀진 후보자별 정책의 차이점에 주목하여 상호 대립적으로 팀을 구성하는 것도 가능하다

## (2) 토론의제 관련 개선방안

### 가. 정책토론회와 후보자토론회의 의제 선정

정책토론회는 정당의 전체 입장을 제시하고, 후보자토론회는 정당의 입장과 더불어 후보자의 개인적인 판단과 대응 능력이 부각된다는 점에서 토론의제상의 차이점이 있다. 미국의 경우 후보자토론회를 국내정책과 대외정책 그리고 타운홀 미팅의 시민이 제기하는 의제 등으로 나누어 진행한다. 미국의 토론회는 폭넓은 이슈를 다루는 점에서 장점을 지닌다. 우리나라의 경우 1회는 정치, 외교, 사회, 교육 등을 2회는 경제, 민생, 복지, 문화 등으로 구분하고, 3회의 경우 타운홀 미팅식으로 진행하여 다양한 현안 주제를 다룰 수 있다. 토의 주제를 후보자 검증과 후보자 공약, 사회전반적인 이슈, 정책적 이슈 등으로 구분할 경우 각각 25%의 범위 내에서 균형 있게 운영하는 방안을 검토할 수 있다. 하지만 너무 세세한 배분 규정이 토론회의 형식적 측면을 강화하고 내용적 측면을 약화한다는 점에서 미국의 6개 주제 각 15분간 배분처럼 큰 범위의 주제에 국한시키고 세부적인 토론회 운영은 사회자에게 위임하는 방안이 바람직하다.

### 나. 토론회 의제 선정시 국민여론조사 실시 방안

우리나라 중앙선거방송토론위원회는 토론회의 의제 선정을 위해 국민여론조사를 실시하여 그 결과를 참고자료로 활용하고 있다. 여론조사 설문항목 작성과 활용의 적합도를 높이기 위한 연구를 통해 설득력 있는 설문 제시가 필요하다. 연구 방식으로 기존의 설문 조사와 실제 토론회 운영 내용의 분석, 그리고 이에 대한 전문가와 일반인의 평가 방안 등이 포함될 필요가 있다. 하지만 여론조사가 유권자의 정책과 이슈에 대한 관심과 의견을 수렴하는 방안이라는 점에서 고정화된 내용이 아니라 시대적, 환경적 상황에 따른 정책과 이슈의 변화를 최대한 포착할 필요가 있다. 그런 점에서 토론회 의제에 대해 토론회에 앞서 공개함으로써 시민의 의견을 반영하고, 일부 수정, 보완하는 기회를 갖는 방안을 고려할 필요가 있다.

## (3) 토론진행방식 관련

미국의 경우 토론회 진행방식은 사회자의 질문 제기와 후보자별 답변 청취 및 추가 질문을 통한 후보자간 입장 비교가 대통령후보 토론회 3회중 2회에 그리고 부통령후보 토론회 1회중 1회에 적용되는 주된 방식이다. 이와 함께 타운홀 미팅 방식으로 꺾림이 선정된 특정 후보자 선택에 유보중인 유권자 집단(100~200명)의 질문과 후보자의 답변 형태가 1회 진행된다. 타운홀 미팅 방식은 우리의 토론 문화에서 비교적 제한적으로 사용되지만 유권자의 직접적인 참여 측면에서 매우 효과적인 방안이다. 문화적으로 생소하고 준비가 덜 되었다는 이유로 후보자가 선호하지 않을 수 있다. 그런 점에서 현실적으로 이번 대선후보자토론회에서 적용 가능한 방법으로 당일 토론회 진행 중 전화와 문자, 인터넷 등을 통해 100명 내외의 유권자로부터 질문과 의견을 접수받아 이 내용을 바탕으로 유권자 관심 이슈 시간

10) 이효성(2002)은 토론회 참가 범위에 대해 유력 후보자 위주로 진행하되 소수 후보에 대해서는 1인이 출연하여 사회자와 진행하는 대담형식을 이용할 것을 제안한다. 즉 선거기간 전에 방송사가 모든 후보들에게 자신들의 정견과 정책을 유권자들에게 알릴 수 있는 대담의 기회를 반드시 제공한 후에 일정 정도 이상의 지지도를 확보하지 못한 후보들은 토론회에서 배제되더라도 그 배제를 불만 없이 수용할 수 있을 것이라고 지적한다.

을 15분 가량 설정하여 사회자가 후보자에게 대신 전달하는 방안을 고려할 수 있다. 이 경우 유권자는 참여와 관심도 제고라는 점에서 그리고 후보자는 유권자의 관심 사항에 대한 민감도와 반응도 제고라는 점에서 각각 긍정적 기능을 수행할 것으로 기대한다.

토론진행 방식의 유연화는 경직된 토론이 흥미를 저하시키는 부작용 해소 측면에서도 매우 중요하다. 엄격한 형식과 시간 배분은 토론진행의 경직성을 높인다. 미국에서 적용하듯이 대통령 후보 토론회의 15분씩 6개의 주제나 또는 부통령 후보 토론회의 10분씩 9개의 주제와 같은 기본적인 원칙을 설정한 다음에 사회자가 균형감을 바탕으로 후보자 사이의 정책과 능력 상 차이점을 들어내도록 재량권을 부여할 필요가 있다.

## 5. 결 론

우리나라의 선거방송토론위원회가 개최하는 대통령선거 후보자 토론회는 유권자에게 대통령 선거와 관련해 필요한 정보를 제공하는 매우 중요한 선거 과정이다. 왜냐하면 특정 후보자를 선택하지 못한 유권자는 공식적인 TV토론회를 통해 후보자의 정책과 이슈에 대한 입장, 업무 수행 능력과 품성 등을 판단할 수 있기 때문이다. 하지만 후보자 토론회는 TV라는 매체의 특성상 이미지 전달이 부각되고 이에 따라 유권자의 감성적 판단을 가져온다는 비판을 받기도 한다.

미국의 경우 TV 토론회는 대통령 후보 토론위원회(CPD)라는 비정파적 비영리 기구에 의해 1988년 대통령선거 이래 지속적으로 열려왔다. 2012년 토론회의 경우 선거일인 2012년 11월 7일의 1년 전부터 준비기간을 거쳤고, 지난 8월에는 사회자를 선정, 발표했다. 세 차례의 대통령 후보 토론회와 한 차례의 부통령 후보 토론회는 저녁 9시부터 90분간(동부시간 기준) 지역의 대학에서 각각 개최된다. 토론회 중에서 두 번째 대통령 후보 토론회가 타운홀 미팅방식으로 진행되는 것을 제외하면 주로 사회자의 질문과 후보자별 2분간 답변, 그리고 사회자의 추가질문과 균형적인 답변 시간 조정 방식으로 진행된다.

우리나라는 2012년 12월 19일 대통령 선거를 앞두고 세 차례 이상의 대통령 후보자 토론회를 갖게 된다. 기존의 토론회는 유권자가 관심을 가진 이슈에 대해 공방을 벌이고 차이점을 부각시키기 보다는 형식적 균형과 안정적 운영에 초점을 맞추었다. 대통령 선거 토론회 진행과 중계 과정에서 미디어의 편파성과 부정적 영향을 최소화했지만 유권자의 관심과 참여도를 높이기 어려웠다. 따라서 대통령 선거 후보자 토론회의 공정성 중립성을 확보하는 한편 보다 유권자의 관심과 참여도를 높인 토론회 운영 방향에 대해 모색할 필요가 있다.

이 글에서는 대통령 선거 후보 토론회의 운영 관련 사항, 토론 의제 관련 사항, 그리고 토론 진행 방식 관련 사항 등에서 개선 방안을 제시했다.

먼저 토론회 운영 관련 사항은 다음과 같다. 첫째, 토론회 개최 시점과 관련해 우리나라의 경우 유권자의 관심과 참여 열기가 높은 선거일 25일에서 7일전 실시한다면 후보자의 정책과 이슈에 대한 입장 판단에 도움이 될 것이다. 둘째, 토론회 중계와 홍보 측면에서 지상파 방송사 3개 사에 대해 순차적으로 토론회 중계방송을 위임하고, 다른 방송사의 동시 및 이시 중계방송과 저작권법상 복제권을 허용함으로써 다양한 방송 채널의 동시 중계와 재방송 기회를 확보하고, 유권자의 정보접근권을 높일 수 있

다. 셋째, 해외 유권자 시청 기회 제공과 관련해 방송사의 VOD(다시보기) 서비스를 통한 무료 시청 기회를 제공할 필요가 있다. 넷째, 토론참여 후보의 범위와 관련해 가급적 2-3인 이내로 제한하고, 4인 이상일 경우 분리해 개최하는 것이 충분하고 의미 있는 정보를 제공할 수 있다.

다음에 토론 의제와 관련한 제안사항으로 첫째, 정책토론회와 후보자토론회의 의제 선정의 차이점을 고려할 필요가 있는데 정책토론회는 정당의 정책에 후보자 토론회는 후보자의 이슈에 대한 입장과 역량에 주목하는 것이 바람직하다. 또한 세부적인 주제 선정보다는 미국의 6개 주제에 대해 각각 15분간의 시간을 배분하고 사회자에 위임하는 방안을 검토할 필요가 있다. 둘째, 토론회 의제 선정시 국민여론조사 실시 방안과 관련해 기존의 설문 조사와 실제 토론회 운영 내용의 분석, 그리고 이에 대한 전문가와 일반인의 평가 방안 등을 연구하는 것이 가능하다. 하지만 여론조사 내용이 시대적, 환경적 상황에 따라 급변할 수 있다는 점에서 토론회 의제를 미리 공개한 다음에 시민의 의견을 반영하여, 일부 수정, 보완하는 방안이 효과적이다.

그리고 토론진행 방식과 관련한 사항으로 미국에서 채택하고 있는 타운홀 미팅 방식이 유권자의 직접적인 참여를 높일 수 있지만 우리의 경우 문화적으로 생소하고 준비가 덜 되었다는 이유로 후보자가 선호하지 않을 수 있다. 그런 점에서 현실적으로 이번 대선후보자토론회에서 적용 가능한 방법으로 당일 토론회 진행 중 전화와 문자, 인터넷 등을 통해 100명 내외의 유권자로부터 질문과 의견을 접수받아 이 내용을 바탕으로 유권자 관심 이슈 시간을 15분 가량 설정하여 사회자가 후보자에게 대신 전달함으로써 유권자는 참여와 관심도 제고라는 점에서 그리고 후보자는 유권자의 관심 사항에 대한 민감도와 반응도 제고 효과를 기대할 수 있다. 이와 함께 사회자에 대한 재량권을 확대해 토론회의 유연한 진행을 기할 필요가 있다.

끝으로 이 글은 전문가와 일반인을 대상으로 한 설문조사를 실시하지 못해 연구결과의 일반화에 한계가 있다. 따라서 향후 연구는 전문가와 일반인 대상의 FGI와 심층설문조사, 설문조사 등을 진행할 것을 제언한다.

## ■ 참고문헌

### 【국문자료】

- 강상현·황근(1995). 《선거방송 실태분석 및 개선방안 연구》. 한국방송개발원.
- 강태완 외(2001). 《토론의 방법》. 커뮤니케이션북스.
- 권호영 외(1997). 《대선통리비전 토론방송 연구》. 한국방송개발원.
- 문철수(1997). 《대통령선거 취재와 보도》. 한국언론연구원.
- 박기순(1996). 정치토론. 《정치커뮤니케이션원론》. 법문사. 97~129쪽.
- 이종수(1997a). 선거 TV토론과 시민저널리즘. 한국언론연구원.
- 이종수(1997b). TV토론회 개선할 점 많다. 《저널리즘 비평》 22호. 6~11쪽.
- 이진로(2003). 한국 대통령선거의 TV 토론 포맷 연구. 《영산논총》 12집. 175~192쪽.
- 이효성(1997). 《대통령선거와 텔레비전 토론》. 나남출판.
- 이효성(2002). 시론: 군소후보의 미디어 참정권. 경향신문. 2002.10.4.
- 임태섭(1992). “TV정책대결” 이렇게 하자. 《저널리즘》 26호. 18~28쪽.
- 정인숙(1998). 인물 품평회에 그친 TV합동토론회. 《저널리즘 비평》 23호. 20~25쪽.(1995).

- 조성대(2002). 대통령선거 TV토론과 민주주의: 미국의 경험을 통해 본 한국 선거 TV토론의 전망. 《저널리즘 평론》 12호. 11~54쪽.
- 최영재(2002). TV토론의 허상과 실상: 미국 대통령선거 TV 토론에 관한 비판적 관점. 《저널리즘 평론》 12호. 55~87쪽.

【영문자료】

- Auer, J. J. (1962). The Counterfeit Debates, in S. Kraus (ed.), The Great Debates, Bloomington, Ind. : Indiana University Press.
- Benoit, W. et al.(2002), The Primary Decision. London: Praeger.
- Berkman, R. & Kitch, L.(1986). Politics in the Media Age. McGraw-Hill.
- Boorstin, D.(1964). The Image: A Guide to Pseudo-Events in America. New York: Harper Colophon Books.
- Hellweg, S., Pfau, M. and Brydon, S.(1992). Televised Presidential Debates: Advocacy in Contemporary America. New York: Praeger.
- Kirkpatrick, E.(1979). Presidential Candidate “Debates”: What Can We Learn From 1960?, in Raney, Austin ed., The Past and Future of Presidential Debates. Washington D.C.: AEI, pp. 1~50.
- Kraus, S. and Dennis K. Davis. (1981). Political Debates, in Den D. Nimmo and Keith R. Sanders eds. Handbook of Political Communication. Beverly Hills, Cal.: Sage Publications.
- Martel, M.(1983). Political Campaign Debates: Images, Strategies, Tactics. New York: Longman.
- McCall(1984). The Panelists as Pseudo-debates: An Evaluation of the Questions and Questioners in the Presidential Debates of 1980, Journal of the American Forensic Association. 21, pp. 97~104.
- Shea, D.(2001). Campaign Craft: The Strategies, Tactics, and Art of Political Campaign Management. Praeger.

## 제2주제

(15:30~16:20)

### 대통령후보 TV토론회 영상의 균형과 다양성을 위한 일고찰

발제: 이호은(청운대학교)



# 대통령후보 TV토론 영상구성의 균형과 다양성을 위한 일고찰

이호은(청운대학교 방송영상학과)

## 1. 들어가는 말

우리의 현실이 커뮤니케이션의 산물이라면, 우리는 우리가 수행하는 커뮤니케이션의 한계만큼 자유스러울 수도, 억압된 존재일 수도 있다. 우리가 추구하는 것은 우리가 그 속에 존재할 수밖에 없는 상징체계(현실)의 확장이며, 그것의 재구성이며, 이를 통한 인간성의 해방이며, 무한한 자유의 추구이다. (조중혁, 1994)

현대사회에서 커뮤니케이션이 현실을 재구성하는 능력은 미디어를 통하여 수행된다. 정치후보자의 TV토론은 아리스토텔레스의 광장의 수사학이 미디어영역으로 확대된 대표적인 예이다. TV토론은 미디어의 변형이나 왜곡에 따른 통제가 적은 상태에서 유권자와 소통할 수 있는 가장 직접적인 수단이다.

한국에서 공직후보자 TV 토론회가 1995년 제1회 전국동시지방선거에서 최초로 방송되었고, 1997년 15대 대통령선거에서는 55.7%의 비교적 높은 시청률을 기록하기도 하였다. TV토론은 유권자들의 투표 결정에 필요한 유용한 정보라고 알려진, 정당과 후보의 정책과 후보자의 인격 등에 대한 정보를 제공함으로써 유권자들의 정치적 의사결정을 내리는데 중요한 판단 근거로 작용한다고 보고 있다 (1999; 이강형, 2003; 정성호, 2003; 정성호·이화행, 2006).

TV토론이 투표행위에 미치는 영향력은 한국의 15대 대선에서 유권자들의 TV토론 시청이 김대중 후보의 당선에 유리하게 작용된 사례가 보고되기도 하였다.(강원택, 2003). 하지만 TV토론이 어떠한 경로를 통하여 유권자에게 영향을 주는지 또는 어느 정도의 영향력을 주는지는 밝히지 못하고 있다. 기존의 대부분의 연구에서 TV토론은 부동층에게 영향을 주고 있다는 결과가 입증되었을 뿐, TV토론 시청을 통한 태도의 변화는 보고되지 못하였다. 역사적으로 정치영역에서 미디어의 영향력은 절대적이기 보다는 제한적으로 태도를 강화하거나 재확인하는 강화효과(reinforcement effect)로 보거나(Lazarsfeld et al, 1948) TV토론에 대한 유권자들의 평가를 다분히 선별적 지각(selective perception)현상으로 설명된다 (조중혁, 1992).

TV토론은 미디어를 통하여 매개된다는 특징으로 인하여 새로운 현실적 문제가 지적되기도 하는데, TV토론은 시청자의 관심이 현실적으로 반영되는 방송프로그램과 같이 시청률로 나타나 이는 중요한 정치적 지표로서 인용된다. 또한 TV토론은 방송사와 후보자, 토론주관기관의 이해관계가 발생하기도 한다. 문화적 현상이자 정치사회적 권력의 표현이 적용되는 이데올로기의 현주소이기도 하다.

2004년 미국 대통령선거 TV토론에서 미국의 ABC, NBC, CBS 방송과 CNN-TV등 주요 방송사들은 공화

당 조지 부시 대통령과 민주당 존 케리 후보 간 첫 대선후보 TV토론 내용을 방영할 때 카메라 수와 화면 내용을 제한하지는 두 후보 측 합의 내용을 수용하지 않기로 했다. 후보들의 토론 내용을 여러 각도에서 포착, 생중계할 카메라의 수를 제한하고 한 후보가 답변을 할 때 상대 후보는 화면에 보여주지 않는다는 두 후보 간 합의내용을 ‘언론에 관한 규제’라고 주장하였다.<sup>1)</sup> 미국의 경우 TV토론에 대한 방송사와 후보자의 양립된 입장을 극명하게 볼 수 있으며, 수용자에게 전달되는 영상구성의 차이가 현실을 반영하는데 얼마나 중요한가를 보여주는 예이다.

지금까지 우리나라에서 시행된 선거방송에서 TV토론회는 (1) 토론에 대한 시민의 관심저하 (2) 시민 참여의 부족 (3) 사회자 및 패널리스트 선정과 관련된 논란 등이 공통적으로 지적 되고 있다(권혁남, 1998, 2002; 송종길, 2004; 이효성, 1997; 이종수, 2002). 이의 결과로 한국의 TV토론은 저조한 시청률의 대안으로 제도의 개선을 결정적으로 재고해야할 상황이다. 이를 개선하기위하여 일부 학자들의 새로운 토론 방식이 제안되고 있으나 이들 대부분이 미국의 집단적 토론 방식의 도입을 제시한 정도이다. 결국 TV토론의 저조한 유권자의 관심을 매체 보다는 토론 방식에서 찾고 있는 것이다.

TV토론이 커뮤니케이션 행위에서 주목되는 특징은 ‘토론’이라는 인간의 언어적 소통행위가 TV라는 미디어에서 구현된다는 것이다. 즉 토론이라는 현실을 TV라는 미디어가 매개한다는 점인데 이전의 광장에서 연설과 혹은 상대를 바라보면서 토론하는 모습을 직접 지켜보던 관중은, 현대에는 주로 매스미디어를 통한 간접적 접촉을 통하게 된다. 따라서 정치적 정보는 매스커뮤니케이션 2단계 흐름을 통하여 유권자에게 전달된다.(Ansolobehere, Behr & Iyengar, 1993).

즉 유권자는 후보를 선택하기에 앞서서 후보에 대한 정보와 지식을 매스미디어의 중계를 통해 학습한다. (Iyengar & Simon, 2000; Patterson, 1980). 인간의 감각 대신 TV라는 미디어가 토론이라는 현실을 새로운 방식으로 제공하는 것이다. 따라서 ‘TV가 제공하는 토론’에 대한 새로운 질문과 시선이 등장하게 된다. 특히 메시지가 곧 의미가 될 수 없는 현실에서 토론자의 직접적인 설득보다는 비언어적 요소인 영상언어에 대한 탐색도 필요할 것이다.

TV토론의 형태는 국가별로, 또는 문화 간 상이함을 보이고 있다. 이러한 문화의 차이는 곧 방송으로 매개되기 위하여 토론의 방식과 표현을 새롭게 결정한다. TV와 같은 영상미디어에서는 그 사회의 문화가 반영된 영상언어가 적용될 것이다. 영상언어 또한 현실을 언급하고 전달하는 것 뿐 아니라 현실을 스스로 생산해내고 그 실천을 통하여 현실을 재생산하는 구조를 갖게 된다. 동일한 커뮤니케이션 행위도 문화의 차이가 반영된다는 점이다.

조종혁(1992)은 후보자들의 TV토론이 유권자의 지지성향이나 투표행위에 이렇다 할 변화를 초래하지 않는다는 근거로서 수용자들의 TV시청이 특정한 프로그램이나 메시지 내용에 무관하게 매체적 특성으로 설명될 수 있는 부분이 크다는 사실에 주목하였다.

---

1) 두 후보 간 TV토론 내용을 마이애미에서 풀(pool, 한 방송사가 촬영하는 화면을 모든 방송사들이 공동으로 사용하는 방식) 방송할 폭스TV의 풀 슈어 대변인은 “언론으로서 외부의 규제를 따르지 않을 것”이라고 말했다. NBC 뉴스의 바바라 레빈도 “뉴스 풀은 후보들 간의 합의에 구속되지 않는다.”면서 “우리는 생각할 때 적절하다고 생각되는 화면을 사용할 것”이라고 말했다. CNN의 매튜퍼먼도 “토론회 중계에 관해서는 우리가 결정할 권리가 있다”고 말했고, ABC와 CBS 방송 역시 “우리는 어떠한 화면도 이용할 것”이라고 두 후보 간 합의 내용을 따르지 않겠다는 입장을 분명히 했다. 토론위원회 공동의장인 프랭크 페런코프는 뉴욕타임지에 “그런 규제는 강제할 수 없는 것”이라면서 “우리는 통제할 수 없기 때문에 방송사들이 어떻게 방송할 것인지 알 수 없다”고 말했다.

결국 TV토론도 프로그램의 성격과 내용과 함께 매체적 속성을 통하여도 설명되어질 수 있을 것이다. 언어적 부호와 비언어적 부호는 개념적으로 분리 가능하지만 커뮤니케이션 상황에서 두 영역은 실제로 분리될 수 없는 동시성의 복합적 커뮤니케이션의 기능을 행사한다. 즉 커뮤니케이션의 과정은 언어적·비언어적 부호의 동시적 교류에 의해서 실행된다는 것이다. 따라서 매개되는 매체에 대한 이해가 선행되지 않는 연구는 중요한 영역을 지나치는 결과를 초래할 것이다. 비언어적 부호<sup>2)</sup> 중에서 매체부호(mediatory codes)는 매스미디어, 특히 TV가 묘사하는 현실의 모습은 경험세계 그대로의 시간적·공간적 법칙을 따르지 않는다. 따라서 매스 미디어의 메시지는 매체 고유의 특성에서 비롯되는 부호들(매체부호)의 성격을 이해함으로써 그 해독이 가능하다. 매체부호의 이해 없이 매스미디어의 메시지를 해독하기란 실제로 불가능한 일이다(조종혁, 1992).

한편 지금까지 인류가 사용해 온 수많은 표현매체 중에서 영상매체보다 더 자유로운 매체는 없었다. 즉 영상의 자유로운 표현 능력은 이전의 어느 매체보다도 사실감 있게 현실을 전달하였다 하지만 이러한 영상매체는 역설적으로 조작(연출)이 용이하여 정보를 왜곡하는 결과를 초래하기 쉬운 것도 사실이다.

조종혁(2006)은 텔레비전의 현실 반영, 즉 리얼리티에 관한 연구에서 현실이 기호관계의 생성물임을 전제한다면 텔레비전의 리얼리즘은 현실반영의 문제가 아닌 현실창조의 문제이며 그것은 텔레비전 외부가 아니라 텔레비전 내부의 기호관계, 즉 담론에서 비롯된다고 하였다.

맥루한은 “미디어는 메시지다(the medium is the message)”라고 주장하였다. 이는 메시지 자체의 중요성과 함께 메시지를 전달하는 방식이 대단히 중요하다는 것이다. 이는 매체가 메시지에 미치는 사회적 영향력과 중요성을 무시하는 데서 그 원인을 찾을 수 있다.

특히 일상이 되어버린 TV는 영상메시지를 전달할 때 나름대로의 방법이 존재하고, 이러한 방법은 시청자들이 메시지를 해석하고 받아들이는데 많은 영향을 미치는 것이다.

어떤 방식으로 대중매체인 TV의 메시지를 전달하는가는 연구의 중요한 대상일 수 있다.

본 연구는 미디어 텍스트의 재현 영역, 즉 매체부호인 TV영상이 TV토론이라는 일종의 미디어텍스트를 재현하는데 있어서 미디어의 기능을 살펴보는 연구이다. 고유의 이성적 활동인 토론이라는 언어적 커뮤니케이션이 감성적 매체인 TV속에서 어떻게 현실을 새롭게 표현하고 매개하는지를 고찰해보고자 한다.

## 2. 대통령후보자 TV토론회와 영상연구

### 1) 텔레비전과 토론

기본적으로 텔레비전, 선거, 토론은 상호모순적이라고 할 수 있다. 텔레비전은 영상매체여서 피상적이고 감성(pathos)적인 소구(appeal)에 적합하다. 토론에서는 후보자의 정책 실현 가능성이나 업무 수행 능력 등과 같은 자질보다는 후보자의 용모, 복장, 표정, 자세, 제스처, 목소리 등으로부터 비롯된 이미지가 더 많은 영향을 미칠 수 있으며 토론의 내용보다 토론자의 말솜씨나 연출된 행위에 의해 후보자

2) 비언어적 부호의 유형은 행위수행 부호(performance codes),인공적 부호(artificial codes),공간 및 시간의 부호(spatial-temporal codes),매체 부호(mediatory codes)로 나누어진다.

를 판단하게 만들 수 있다(이상철, 2007).

인간의 이성적인 커뮤니케이션 형태인 토론과 감성적인 커뮤니케이션 매체인 TV의 결합은 이질적인 형태의 요소들의 만남을 의미하는데, 이를 명확히 바라보기 위해서는 두 측면에 대한 새롭고, 폭넓은 이해가 요구된다.

후보자 TV토론은 후보자가 TV에 출연해 선거에 관한 주요 쟁점이나 공약 등 다양한 정치적 사안에 대해 다른 후보자들과 상호 논쟁하여 유권자에게 자신의 정치적 신념과 능력을 어필하는 것이다. 미디어 선거에서 TV토론은 후보자가 그 내용을 선택하고 편집하는 다른 선거캠페인과 달리, 다른 후보자들과의 논쟁 중에 본인에 대한 정보를 가감 없이 사실적으로 제공하게 된다는 점에서 중요한 의미를 갖는다. 하지만 토론은 TV토론이 되면서 TV를 통하여 재매개되면서 영상구조에 의하여 새롭게 편집되고 구성된다.

보드리야르(1992)는 현대사회에서 텔레비전이 현실의 모습을 새롭게 창조하여 부호화함으로써 실제보다도 실제로 보이는 모사의 현실을 창조하고, 현대인들은 텔레비전과 같은 영상매체가 제시하는 현실 속에 안주하게 되었다고 하였다.

조종혁(1998)은 텔레비전은 결코 중립적 위치의 매체일 수 없으며, 언제나 시청자들에게 특정한 수용 위치를 권고하며 시청자들은 무언중에 특정한 가치와 이데올로기의 위치로 안내 된다고 하였다. 결국 TV를 통하여 전달되는 토론은 이전의 행해지던 광장의 토론과는 다른 그 사회의 새로운 가치와 이데올로기를 반영할 것이다.

## 2) TV토론 영상연구

TV토론 연구에서 새롭게 등장한 분야가 이미지에 관한 연구이다. 정치가 정당중심에서 후보자 중심으로 이전되고, 더불어 캠페인 환경도 미디어로 옮겨가서 '미디어 정치'시대가 되었기 때문이다. 나아가 현대 정치를 '이미지 정치'라고 지칭할 정도로 매체에 등장하는 후보자의 모습이 선거과정에서 지속적으로 노출되면서 특정한 후보의 이미지가 유권자의 인식과 태도에 영향을 주는 요소로 등장했다.

커트 랭과 글래디스 랭(Lang & Lang)은 "매스미디어는 대중들이 어떤 이슈에 주목하도록 할 뿐만 아니라 정치적 인물들에 대한 대중들의 이미지를 만들고 있다"고 하였다. 후보이미지에 관한 연구는 TV토론 연구에서 주로 효과연구와 연관성을 보이고 있다. 시겔과 님모(Sigel, 1964; Nimmo, 1974)후보의 이미지는 선거에 출마한 후보자의 지도자로서의 역량, 자질, 신뢰성, 쟁점, 외모, 목소리, 인상에 관해 유권자들이 머리속에 갖는 상(像)을 의미하거나 유권자의 주관적인 평가와 후보자가 전하는 메시지(말씨, 속성, 품성)에 근거해 유권자가 갖는 지각으로 정의하고 있다. 유권자들은 복잡하고 이해하기 어려운 이슈보다는 단순하면서 명료하면서 쉽게 후보자를 인지하고 비교하여 판단할 수 있는 이미지에 근거하여 후보를 결정하는 것으로 나타났다.(Kinder, 1986)

특히 TV토론에서의 후보자의 모습과 말솜씨, 연기능력이 정책이나 업무수행자질 보다도 중요한 후보자 판단의 근거가 될 가능성이 있음이 지적되기도 하였다(Jamieson & Birdsell, 1988). 국내에서도 15대 대통령선거 후보 이미지의 구조적 특성을 분석하여, 후보 이미지가 유권자의 정치세련도와 정적인 관계를 맺고 있다는 결론을 도출했다(이준웅, 2003).

이미지에 관한 연구는 대중매체의 후보이미지 형성 및 유권자의 투표행위에 관한 다수의 연구를 생

산했다. 하지만 실제로 매체에 반영된 후보 이미지가 유권자의 투표행위와의 상관관계는 분명하지 않으며 매체별로 어떻게 영향을 주었는지도 밝혀지지 못하고 있다.

정치커뮤니케이션에서 미디어정치적 중요성은 점점 증가하였지만 중요한 요소임에 틀림없는 TV가 생산해내는 영상이미지에 관한 논문은 극히 일부분이다. 특히 텔레비전은 신문과 함께 중요한 매체이며 동일한 정치정보를 제공하는데도 신문에 비하여 민주주의 발전에 유용한 역할을 하지 못하였다는 비판을 받고 있다. 실제로 신문이 유권자들에게 정보를 제공하는데 의미 있는 역할을 하는 반면 TV는 그렇지 못하다는 지적을 연구에서 밝히고 있다(Druckman, 2005).

대표적 영상매체인 TV는 막강한 영향력을 보이고 있으며, 언어의 부가적 요소로 인식되던 영상은 이제 '제1의 자료'이며 정보량에 있어서도 언어에 비하여 많은 것으로 밝혀지고 있다. 정치캠페인에서 영상을 활용한 선거 전략이 사용되고 있다. 1968년 닉슨은 청중의 열광하는 장면을 사용하기도 하였고, 1984년 레이건도 교차편집을 사용하여 기록영상과 연출영상을 활용하였다(이효성, 2006).

현대 정치에서 후보자와 유권자들의 TV이용이 증가하고 그 중요성도 증가하는데 비하여 텔레비전 메시지의 영상요소에 대한 연구는 절대적으로 부족한 것이 사실이다. TV토론 영상 연구에서는 티맨(Timms, 1978)이 1976년 TV토론의 카메라 쇼트를 분석한 것이 그 출발점이라고 볼 수 있는데 당시 후보자였던 카터와 포드의 영상이 동일하게 적용되지 않았으며 영상구성, 앵글, 카메라를 바라보는 시선에 있어서 차이를 보이고, 결과적으로 카터에게 유리하게 적용되었음을 밝혔다.

메사리(Messaris, 1979)는 두 번째 토론에서 매우 짧은 쇼트가 자주 등장하였고, 스위칭 되었으며, 투 쇼트(two shot)와 리액션(reaction) 쇼트가 자주 등장하여 토론이 치열했음을 찾아내기도 하였다.

티맨(1985)은 1980년 카터와 레이건의 한차례 TV토론을 분석하면서 영상표현이 언어적 표현을 위축시킨다고 함으로써 TV토론에 있어서 영상요소의 중요성을 강조하였다.

그레이브(Grabe, 1996)는 선거방송의 영상요소를 분석하였는데 특히 이전에 공정성을 중심으로 진행된 언어적인 연구들에 비하여 영상 테크닉(카메라, 앵글, 무빙, 편집)을 분석하여 여당에 우호적인 영상표현이 적용되었다는 사실을 밝혀내기도 하였다.

강형구(2006)는 한국과 미국의 TV토론을 분석하여 문화의 차이에서 발생하는 비디오타일에 관하여 논하였다. 이효성(2006)은 선거보도의 영상테크닉에 관한 논문에서 선거방송을 카메라의 앵글, 움직임, 리액션 쇼트 등을 통하여 분석하였다.

한편 비언어적 영역에서의 영상 연구는 주로 선거기간 중의 광고를 중심으로 이루어졌는데 짧은 정치광고 등에서 메시지를 기호적으로 분석하는데 활용되었다. 이는 TV토론과 같은 영상의 연결에 대한 연구로 이어지지 못하였는데, 이는 후보 간의 비교와 충돌을 통한 변증법적 형태를 전개하는 TV토론에 이르지 못하였다. 나아가 국가 간 TV토론의 문화적 차이를 찾아내는 연구로 진행될 수 없었다.

결국 영상구조에 대한 논문은 절대적으로 수가 적어서 TV토론의 유용한 연구를 위하여 영상 요소에 관한 체계적 연구가 필요하다고 볼 수 있다.

### 3) 한국의 대통령 후보 TV토론

1971년 제7대 대통령선거 때 여·야당 모두 매체 즉, TV가 미치는 전파력에 대한 인식이 커가면서 라디오뿐만 아니라<sup>3)</sup> 처음으로 TV를 통한 정견발표<sup>4)</sup>가 이루어졌으나 단순한 TV연설<sup>5)</sup> 정도에 불과하였다.

진정한 의미의 TV토론은 1997년 제15대 대통령선거이다. 국민적인 관심과 주로 대중유세를 통한 합동 연설회가 개최되었던 과거의 선거운동 방식에서 청중동원과 금권선거의 폐단을 극복하고자 여·야간의 합의로 선거법이 개정되어 과거와 같은 대규모 옥외집회가 사라지고, 대신 방송 연설이나 TV토론 등으로 바뀌게 된 것이다. 대선기간 중 총 54회의 공식 TV토론회가 개최되었고 여타 신문사나 단체 주관의 토론까지 합하면 총 100여 회가 넘는 후보자초청 토론이 있었다. 그 중에서도 당시 대통령선거방송토론위원회<sup>6)</sup>가 선거기간동안 공식적으로 주관한 세 차례의 합동 TV토론회는 상당히 높은 시청률을 나타냈다. 토론방식은 패널 없이 1인의 사회자가 진행하고 오후8시부터 2시간동안 진행되었다. 각 후보는 사회자를 통해 상대 후보에게 질문이 가능하며, 이 경우 반박과 재 응답의 기회를 각각 1분씩 허용하였다.

2002년 제16대 대선의 공식선거기간 중 개최된 후보자 TV토론은 총 4회로, 새천년민주당의 노무현 후보, 한나라당의 이회창 후보, 민주노동당의 권영길 후보가 참석한 TV토론이 3회, 군소후보합동토론회가 총 1회 개최되었다. 또한 방송을 통해 12차례의 후보자 연설과 16차례의 찬조연설이 선거법상 허용되었다. 2004년 제17대 총선은 전국 243개 지역구에서 국회의원후보자 TV토론회가 161회 개최되었으며, 그간의 정당, 후보자 합동연설회를 완전히 폐지하는 대신 방송에 의한 연설만을 허용하여 총 89회 가 개최되었다.

제16대 대선 토론은 기존의 3차례 토론과는 별도로 군소정당 후보들의 토론 1회가 실시되었다. 3차례의 후보자 TV토론은 새천년민주당의 노무현 후보, 한나라당의 이회창 후보, 민주노동당의 권영길 후보가 참석하였으며, 12월3일 정치·외교·통일 분야, 10일 경제·과학 분야, 16일 사회·문화 분야에 대해 토론하였다. 1차례의 군소후보합동토론회에는 하나로국민연합 이한동 후보, 사회당 김영규 후보, 호국당 김길수 후보, 무소속 장세동 후보가 참석하였다. 형식은 사회자의 질문에 후보자가 답변하고 다른 후보자가 이에 대해 반론을 하면 답변자가 재반론하는 형식 이외에, 후보자에게 질문을 미리 준비하게끔 하여 토론 중 다른 후보에게 대안을 요구하도록 하는 일대일 토론방식(질문, 답변, 질문자 반론, 답변자 재반론)이 사용되었다. 후보자 입장에서 질문의 기회가 많다는 것은 선거전략으로 활용할 수 있다는 것을 의미한다. 제16대 대선의 후보자간 질문과 응답은 프라이머시 등을 침해하는 질문과 상대후보에 대한 평가나 견해를 요구하는 등 정치공방에 치우쳐진 면도 있었다(이호영, 문연주, 2005).

제17대 대선은 많은 후보가 참여한 가운데 후보간 지지율의 차이가 두드러졌는데도 불구하고 토론회와 찬조연설 등은 별다른 특색이 없었다. 선거판세의 우열이 확실한 상황 속에 TV토론 존립 자체에 대한 의문이 제기되었고 제도적인 보완과 변화의 필요성이 대두되었다. 또한 토론이나 연설 등의 내용적

3) 1963년 실시되었던 제5대 대통령선거 운동기간 중 라디오를 통한 각 당 후보자들의 정견발표가 있었다. 이때에 헌법 개정과 함께 제정된 대통령 선거법에 방송 시설에 관한 조항이 처음으로 신설되었다(김환열, 2000)

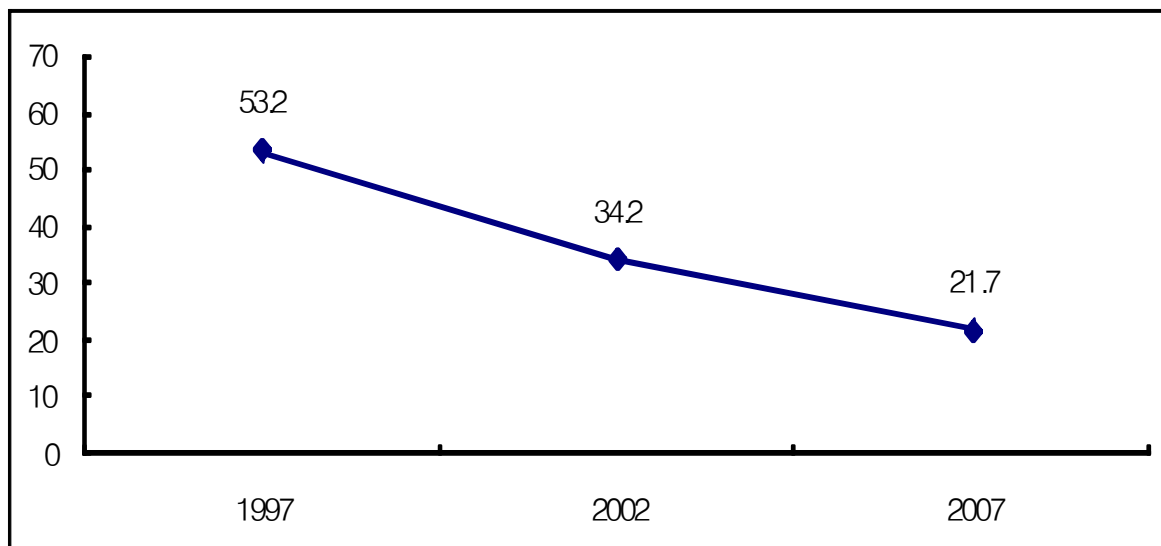
4) 박정희 후보와 김대중 후보가 TV를 통해 정견발표를 하였다. 그러나 그 당시에는 우리나라의 TV 보급대수가 적었기 때문에 TV를 통한 연설은 큰 영향력을 발휘하지 못하였다.

5) 1981년 제12대 대통령선거에서도 전두환, 유치송, 김종철, 정의택 후보들이 TV를 통하여 정견발표를 하였다. 그러나 전두환 후보를 제외한 나머지 후보자들은 진정한 경쟁상대가 아니기 때문에 당시의 TV연설은 선거 경쟁이 아니라 형식에 불과하였다.

6) 1997년 11월 14일 선거법이 개정, 공포됨에 따라 선거 60일전까지 설치하는 대통령선거방송토론위원회가 법적 기구로 등장하게 되었다.

인 면에서는 열세에 있는 후보가 격차를 해소하기 위한 후보의 네게티브 요소가 두드러졌음을 볼 수 있었다.

2007년 대선에서는 최저의 시청률을 기록하여 TV토론 본래의 취지를 무색하게 하였다. 이는 후보자 간 지지율 격차가 지속되고, 토론에 참가하는 후보자들의 수가 많았으며, 중앙선거방송토론위원회의 합동토론회 개최 이전에 각종 단체의 대선후보 초청회가 개최된 것도 하나의 요인으로 볼 수 있다. 결국 제도적 보완이 없는 TV토론이 유권자의 주의를 끌기 어려웠던 것으로 지적되었다.



〈그림 6〉 15, 16, 17대 대선 TV 토론 시청률 출처: 안차수(2007)

17대 대선은 이전의 대선과 다르게 SBS를 제외하고 KBS와 MBC 두 공영방송사를 통하여 방송되어 15,16대 대선과 직접적으로 비교한다는 데 다소 어려움이 있으나, 제도적으로 큰 변화 없이 시청률이 떨어졌다는 점은 TV토론의 현주소를 가늠할 수 있게 한다.

16대 대선이 결국 더 이상 신선함이 없는 제도로 전락한 시간효과(time effects)와 전반적으로 선거에 대한 국민들의 무관심이 결국 낮은 시청률로 이어졌다면(권혁남, 2006) 17대 대선은 격차가 벌어지지 않은 선거 판세와 제도적 변화가 없는 TV토론을 시청자들이 외면하고 낮은 시청률로 이어졌다(〈표5〉 참조).

공영방송만의 17대 대선 TV토론은 15,16대 대선과 다르게 동일시간대에 SBS와 KBS2의 오락 및 기타 프로그램 등으로 유권자의 선택적 노출을 가능하게 하였다. 결국 17대 대선에서의 TV토론은 유권자들의 관심을 충족시켜주지 못하는 제도적 문제점을 해결하지 못하고 미디어선거의 꽃이라는 TV토론의 역할을 무색하게 하였고 이것은 또 다시 TV토론 제도의 숙제로 남게 되었다.

## 2) 미국 대통령후보 TV토론회

미국의 대통령후보 TV토론회의 형식과 제도는 항상 한국의 토론문화와 제도에 직간접적으로 영향을 준 것이 사실이다. 한발씩 미구의 제도를 긍정적으로 흡수해왔다고 볼 수 있다. 첫째, 미국은 후보자 상호간 합의만 이룬다면 자유롭게 TV토론을 개최할 수 있는 특징을 가진 나라이다. 이는 자유로운 언

론을 통해 누구나 자신의 사상과 의견을 표현할 수 있으며 다른 사람과 사상·의견에 대해 선의의 경쟁을 할 수 있다는 철학을 전제로 한다.

둘째, 미국은 우리나라의 선거방송토론위원회와 유사한 기관인 대통령토론위원회의 주관 하에 TV토론을 시행하고 있다. 대통령토론위원회는 1988년~2004년 현재까지 총 5차례 TV토론을 개최한 초당파적, 비영리, 비과세 사단법인이다. 과거 1960년 대선은 '방송3사 네트워크'가, 1976년~1984년 3차례 대선은 '여성유권자연맹'이 TV토론을 개최한 바 있으며, 이후 미국의 대선 TV토론은 대통령토론위원회가 전통성을 이어받아 전적으로 주관하고 있다. 대통령토론위원회는 어떠한 정당과도 제휴하지 않으며 로비를 하거나 정치적 쟁점에 대해 의견을 표명하지 않는다. 운영에 있어 정부나 정당으로부터 돈을 받지 않으며 사적인 기부금을 통해 재정을 지원받고 있다. 대선 TV토론을 주관하는 것 외에도 토론의 질을 높이기 위한 사회교육 실시, 다른 나라에 TV토론 기술 지원, 그리고 미국 대선TV토론 역사편찬 등 다양한 사업을 병행하고 있다(중앙선거방송토론위원회, 2004).

셋째, 미국의 TV토론은 다양한 형식을 취하고 있다. 또한 과거로부터 TV토론의 형식은 다양하게 변화하였는데, 최초 토론에서는 후보자 모두가 발언한 후 개별질문에 답하고 마무리 발언을 하는 전형적인 방식이었다. 이후 언론인 주도의 개별답변 발언형식으로 변화하였다가 1992년부터는 사회자 1인 공동 기자회견식과 시민포럼형식이 도입되어 3가지 형식이 사용되었으나 1996년부터 언론인이 패널로 참여하는 토론형식은 완전히 사라지고 2가지 방식이 혼합되어 사용되고 있다(송종길, 2002). 특히 시민포럼토론형식에서는 시간 총량제를 실시, 공정성은 확보하되 후보자 간 자유로운 논쟁을 가능하도록 하였다. 즉, 후보자에게 주어진 전체 시간만을 고려, 자유롭게 질문과 답변을 할 수 있도록 하고 있다. 또한 비형식적인 TV토론에 가까워 후보자가 토론장을 자유롭게 이동할 수 있기 때문에 다양한 각도에 카메라를 배치, 영상에 관한 방송사의 자율권을 최대한 보장하고, 이로 인해 유권자는 두 후보자의 다양한 화면을 접할 수 있게 된다.

### 3) 일본의 TV토론

일본은 다른 나라와 달리 정치인의 경우 견고한 지지기반과 후원회 조직을 통한 정치가 일반화되어 있다. 또한 정당의 영향력이 정치인 개개인에게 미치는 영향력이 크기 때문에 미디어의 정치적 영향력은 그리 크지 않은 것으로 판단되어 왔다(유애리, 2003). 일본의 TV토론은 1960년 총선에서 정당 주최로 3당 당수토론이 처음으로 개최되었다. NHK와 후지 TV가 생중계하고 일본TV, KRTV(지금의 TBS), 일본 교육TV(현재의 TV아사히)가 녹화방송 했다. 토론은 1시간 30분간 진행되었고 전반부는 외교문제, 후반부는 국내문제에 대해 토론하였다.

3년 후인 1963년에는 NHK 주최로 3당 당수 토론회가 있었고, 1960년 토론과 같은 형식으로 진행되었다. 이후 4회의 총선에서 몇몇 정당과 언론에서 TV토론의 개최를 시도하였으나 모두 실패하고 27년 만인 1990년 2월, 총선에서 일본기자클럽 주최로 5당 당수토론회가 이루어졌다. 당시 토론은 집권당인 자민당이 제안하여 4개의 야당 사이에 합의가 이뤄져 성사되었다. 토론시간은 3시간이었고 전반부는 각당 당수의 기초발언 후 2명의 사회자가 토론을 진행하였다. 후반부에는 3명의 질문자가 교대로 각 후보에게 질문하는 방식을 취했다. TV아사히를 빼고 모든 방송사가 현장 중계를 하였다. 5인의 사회자 겸 질문자는 아사히신문, 마이니치신문 등 신문사 논설위원과 NHK 해설위원장이었고, 당시 시청률은



생방송과 녹화방송 합계 43.8%였다(신현국, 1999). 1990년 이후에는 정치적인 사안이 발생했을 때마다 방송사가 자체 프로그램에서 각 당의 당수들을 초청하여 TV 토론 프로그램을 적극적으로 진행하였다. 최근 2005년 국회해산으로 인한 중의원 선거에서 일본기자클럽은 고이즈미 수상을 비롯한 주요 정당의 당수를 초청, 수차례의 TV토론을 개최하였고 전국적으로 방송되어 그 반향이 매우 컸다.

일본 TV토론의 특징은 다음과 같이 살펴볼 수 있는데, 가까운 한국의 경우 일본의 토론은 크게 적용하거나 살펴보지 않는 것이 현실이다.

첫째, 일본의 TV토론 및 연설은 특정 법 규정의 제한을 받고 있지 않으나, 선거방송이라고 하여 일본의 공직선거법 중 제150조 정견방송·제151조 경력방송<sup>7)</sup>의 적용을 받는 것이 특징이다. 일본의 선거법은 정치방송에 대해 일반 프로그램과 같이 방송사의 편집자유권을 최대한 보장하고 있으며, 선거방송의 경우에는 공영방송인 NHK와 각 라디오 사업자, 텔레비전 사업자가 이를 무료로 방송하도록 규정하고 있다. 사실을 왜곡하거나 모든 후보자에게 공평한 기회를 제공하지 않을 경우에는 선거법을 통해 이를 제재할 수 있다.

둘째, 일본의 후보자 TV토론 개최는 법이나 규정에 의해 선거기간 중 반드시 실시해야 하는 강제 사항이 아니다. 다만 선거기간 중, 일본기자클럽이나 방송국이 후보자를 초청해 자율적으로 당수 토론회를 개최하고, 이를 중계하는 방식을 취한다. 통상적으로 당수토론은 의회에서 활발하게 이루어지고 있으며 NHK에 의해 전국적으로 중계방송 되기도 한다. 또한 비 선거기간 중, 정치적인 이슈가 발생하면 기존의 정치 관련 프로그램에서 당수나 정당이 지정한 당원 또는 지지자를 출연시켜 토론회를 개최하고 이를 방송할 수 있다.

셋째, 통상적으로 TV토론의 방법에 있어서는 진행에 관련된 구체적인 조항은 없으며, 후보자의 발언도 시간 총량제에 근거하여 자유롭게 질문·답변·반론을 할 수 있다. 또한 영상에 있어 방송사가 자율적으로 다양한 카메라 각도를 활용함으로써, 질문자와 답변자를 동시에 클로즈업하거나 다른 정당 후보들을 함께 보여주어 생동감 있는 토론장면을 전달하고 있다. 우리나라의 TV토론의 경우, 진행과 운영에 관한 구체적인 조항들로 인해 지루하고 기계적인 TV토론이 되고 있는 점은 일본의 TV토론과 비교될 만하다.

일본의 TV토론 및 연설 등을 구체적으로 규제하는 법은 없으나 이와 유사한 정견방송과 경력방송은 공직선거법과 방송법에 의해 규정되고 있다.

또한 공직선거법 제151조의 3은 방송사의 선거방송 프로그램 편집의 자유를 명시한 조항이다. 앞서 특징에서 살펴보았듯이 일본의 TV토론은 진행과 운영에 있어 방송사의 편집자유권을 최대한 보장하고 있다. 허위 사항을 방송하거나 사실을 왜곡하여 방송하는 등 표현의 자유를 남용하여 선거의 공정성을 침해하지 않는다면 선거에 관한 보도 또는 평론 등 방송법의 규정에 따라 방송프로그램을 자유롭게 편집할 수 있다.

상술한 공직선거법 제151조 3항과 함께 방송법 제3조는 방송사업자가 법에서 정한 경우 이외에 어떤 자로부터도 방송 프로그램이 간섭받거나 규제되지 않는 편성의 자유를 인정하고 전제하면서, 선거방송과 관련해 일반 방송사업자가 자체시설이나 다른 방송사업자의 시설을 이용하여 공직후보자의 정견방송 및 기타 선거운동에 관한 방송을 할 경우, 다른 후보자의 청구가 있을 때는 동등한 조건으로 방송

7) 일본공직선거법 제150조 정견방송, 제151조 경력방송 <부록참조>

하도록 의무화함으로써 후보자간 공평성을 보장하고 있다.

### 3. 텔레비전 영상

#### 1) 영상과 문화

페르디낭 드 소쉬르 (Ferdinand de Saussure)가 기호학(記號學)을 언어학(言語學)의 상위학문으로 두었으며 기호학을 언어학의 상위개념으로 본다면, 영상은 기호로서 영상매체들의 상위 개념으로 정의할 수 있다.

영상과 언어는 다양한 대립적 요소를 지닌다고 하지만, 세계와 수용자간에 존재하여 이

세계를 인간적 질서에 대상화하는 점에서는 동일하다. 질서화된 세계는 '문화'이고 질서화하는 수단으로서 여러 가지 기호(영상, 언어, 화상 등)를 가진다. 기호의 특질, 그 특질을 형성하는 코드로부터 문화의 체계를 이해하는 것이 가능하며, 또 문화의 체계로부터 기호의 움직임(전달과 의미작용)을 보다 잘 파악할 수 있을 것이다. 영상도, 언어도 문화와 분리할 수 없는 매체, 문화의 체계 그 자체만으로 우리 사회에 기능한다.

영화·사진·TV는 19세기와 20세기에 걸쳐 과학의 발달이 가져온 기술이지만 문화적 차원에서도 새로운 국면을 열었다. 영화·사진·TV의 유사성·재현성·모방성은 질적으로나 양적으로 다른 것들의 추종을 불허한다. 불과 1세기 동안 이 기술은 시간과 공간을 초월하여 긴밀한 네트워크를 구축하였고, 문화적으로도 이전과는 상이한 새로운 커뮤니케이션의 방식을 창출하였다. 그러나 영화·사진·TV의 특징은 공학적·사회학적 수준에만 머무르는 것이 아니다. 같은 유사성·재현성·모방이라 하더라도 종래의 그림이나 지도, 조각상 등에는 없던 이미지의 움직임을 보여준다. 바로 그것을 영상이라 할 수 있다. 영화·사진·TV는 메시지를 전달하는 기술인 동시에 사회적 제도 형태이며, 또한 대상화된 담론이다.

영상은 언어에 비하여 직접적이고, 구체적인 특징을 갖고 있기 때문에 반대로 상상력을 빼앗는다는 지적을 받기도 하지만 범용적인 특징으로 인하여 공통적인 언어라고 볼 수 있다.

#### 2) 텔레비전 리얼리즘

텔레비전 영상은 어떤 의미에서 영상자체 보다는 현실에 관한 문제이다. 텔레비전은 오늘날 사회적 영향력에 비추어 볼 때, 현대 문명에 하나의 성격을 부여할 만큼 큰 힘을 가지고 있으며 제도성이 강한 커뮤니케이션이다.

영상 자체만 보아도 TV영상은 오히려 사건에, 또는 사물 그 자체에 가장 가까운 성격을 가지고 있다. 그래서 카메라와 대상의 관계도, 영상과 시청자의 관계도 열려있는 구조이다.

특히 전기공학적인 산물로서 송출되고 수신되는 즉시 재생된다.

텔레비전 영상의 재현을 통한 현실감은 사진이나 영화보다도 충실하고, 중계, 보도, 날씨예보 등의 사건 중심의 내용이 강하다. 실제로 TV영상은 사건을 사건으로서 그대로 제시하는 중요한 역할을 한다.

일반적인 혹평에도 불구하고 텔레비전은 대중에게 친근한 경험을 제공하는 매체임에 틀림없다. 피스크(Fisk, 1987)는 텔레비전의 양식은 일시적이며, 삽화적이며, 구체적이고, 극적이라도 하면서 텔레비전의

의미는 모순되는 기호들의 병치와 대조에 의해 만들어지며, 논리는 구비적이라고 보았다.

매체약호의 하나인 텔레비전 영상은 구조적으로 수용자에게 친숙한 구조와 형식을 갖고 연속된 이미지를 제공하는데, 실재자체를 인식하는 것과 밀접하게 약호를 사용한다. 이를 근거로 TV영상은 크게 두 가지 측면에서 바라볼 수 있다.

첫째는, 영상미학적 관점에서 TV영상의 유사성, 재현성, 모사성에 충실하기 위한 미학적 요소와 이에 대한 인간의 지각적 반응을 다루는 것이다.

둘째로는 사회적 관점에서 TV영상을 바라보는 것이다. 텔레비전 영상의 발전은 그 사회의 경제적, 정치적, 문화적 함의를 동반하고 있으며, 영상기술의 사용은 개인과 그 사회의 제반 관계 및 문화적 의미를 연결시키는 물질적, 상징적 토대를 함께 수반한다. 케네디와 닉슨의 토론(great debate)과 같은 일련의 사건들이 텔레비전과 사회를 이해하는데 중요한 이론적 유산이 된 대표적 사례이다.

셋째로 TV영상은 문화적의미를 통하여 바라볼 수 있다. 수용자의 능동성을 인정하지 않고 고정된 의미에 대하여 반응한다는 사고에서 의미의 생산이 수용자와 생산자의 관계 속에서 이루어진다고 가정할 때 필연적으로 능동적이고 창조적인 수용자의 개념을 요구하게 된다는 것이다. 즉 텍스트와 수용자의 담론적 위치의 상호작용을 통해 의미가 구축된다는 개념이다.

텔레비전영상은 인간의 구성물이고, 이를 행하는 작업은 인간의 선택과 문화적 결정과 사회적 압력의 결과이다. 인간에게 언어란 현실을 만들어 내기 위하여 사회 속으로 들어가는 수단이기 때문에 텔레비전은 이러한 인간의 능력을 확대하고, 텔레비전이 실제의 상(像)을 구조화하고 나타내는 방식을 알면 우리 사회가 작동하는 방식을 이해할 수 있다(Fisk, 1987).

미디어가 인간의 삶에 각인되어있는 본보기와 구조, 기능과 관련이 없다면 수용자들을 매혹시키지 못하였을 것이다. 미디어가 인간의 감각에 의존하여 현실을 충실하게 재현한다는 것은 정확하고 투명하게 있는 모습을 사실적으로 묘사한다는 것일 수 있다. 이를 미디어의 리얼리티(reality)라고 부른다.

리얼리즘의 출발은 철학에서 찾을 수 있는데, 플라톤에게 리얼리즘이란 눈에 보이는 현상 너머의 이상(Ideas, Universals)이었다. 하지만 서구문화에서는 경험주의 적 미미시스에 뿌리를 두고 모사, 보방, 복사, 있는 그대로의 모습을 재현한다는 뜻이며, 이는 아리스토텔레스의 시학(Poetics)이 주장하는 인간적 본능(impulse)이다(조종혁, 2006)

텔레비전은 영상매체로서 현실을 재현하는데 매우 적합한 매체로서 인식되고 있다. 현장성과 사실감을 통한 텔레비전 영상은 인간의 시각구조와 청각구조에 충실하게 구성되어 있다. 인간은 지각을 통하여 리얼리티 안에서 스스로의 모습을 발견하고, 자신의 세계를 창조하기 때문이다.

그러나 텔레비전이 제공하는 리얼리즘은 시청자에게 현실을 투명하게 전달할 수 없는 태생적 한계를 지니고 있다. 매체의 도구적 한계가 원인이다. 영상을 통하여 보이는 현실은 현실을 지시할 뿐이지 그 자체가 아닌 것이다. 또한 연출자의 주관적 견해 역시 리얼리티를 구속한다. 결국 리얼리티를 총체적으로 복원하는 것은 신화이다.

조종혁(2006)은 리얼리티를 문화적 맥락에서 바라보면서, 카메라의 작위성(앵글, 샷의 인위성)은 대상이 처한 원래의 상황을 텔레비전 모니터에 재현할 수 없고, 이미지 해독에 임하는 수용자의 사회문화적 상황 또한 언제나 대상의 상황과 간격을 갖는다고 하였다. 이를 근거로 텔레비전 수용자를 '문화적 구성주의자(cultural constructivist)'로 지칭하였다.

제작자는 '객관성'이라는 윤리적 접근을 통하여 사물을 재현하려는 의도와 의지 역시 불가능하며 카메라의 위치 선정과 앵글, 샷의 종류는 이미 중립적 테크놀로지 영역에 머물지 않는 인간적 시각의 생산물이며, 따라서 인간적 관점일 수밖에 없다는 것이다.

텔레비전의 영상표현은 그 사회가 처해진 문화적 상황의 반영이며 TV토론과 같은 정치캠페인의 리얼리티도 텔레비전을 통하여 매개될 때 그 사회구성원의 문화적 담론인 것이다.

텔레비전의 현실이 기호의 산물일 때 제작자와 그 사회는 나름대로의 양식을 통하여 숨겨진 기호를 보다 다양하게 제시할 책임을 수행하기 위한 노력을 감행할 뿐이다.

한편, 부르디에(1996)는 텔레비전이 이율배반적으로 정작 보여주어야 할 것과는 다른 것을 보여주거나, 보여 주어야 할 것을 보여주지 않거나, 또는 그것을 무의미하게 하는 방식으로 보여준다고 전제하였고, 혹은 텔레비전은 현실과 전혀 일치하지 않는 방식으로 다른것을 구성한다고 하였다.

상황적 요소를 배제할 수 없다면 텔레비전의 리얼리즘은 보장 받을 수 없는 일이다. 역설적으로 영상의 구조는 리얼리즘을 조작하거나 정보를 변형시킬 수 있는 도구로 활용될 수 있음을 암시한다.

### 3) 텔레비전 영상 구조

영상은 현실을 재현하고 표현한다는 점에서는 이전의 회화, 조각 등의 예술적 활동과 같은 면이 일부 있지만, 전통적인 미학 개념과 다르다. 전통적인 예술영역의 미학과는 다르게 영상에 대한 연구는 아름다움이나 미학 보다는 현상, 즉 빛, 공간, 시간, 동작, 음향 등 여러 가지 구성요소들에 대한 인간의 지각적 반응 등에 대한 고찰과 미디어에 대한 탐구가 될 것이다.

영상은 전통적인 표현 매체와 다르며 텔레비전 영상은 일상생활과 밀접한 관계가 있다.

전통적인 영상매체에 다르게 텔레비전 영상은 일상의 지각적 경험을 바탕으로 구성되는 상황적 요소가 매우 크다.

영상요소들의 배열(편집)은 시청자들을 위하여 명료화 과정, 강조 과정, 해석의 과정을 수행한다. 이러한 과정은 여러 가지 시각 정보를 수용하는 인간의 지각 능력과 관련되는데 인간의 시각기관은 우리가 감지하는 것을 가능한 한 안정시키고 단순화시키려는 경향이 있기 때문이다(Omstein, 1989).

인간의 시각 기능은 다음과 같은 특징을 갖는다. 첫째, 안정화 경향(Stabilizing the Environment)으로 사물의 복잡하고 세부적인 것들을 반복적인 형태나 단순한 영상으로 인식하려 하고, 물체의 크기를 그 물체와 떨어진 거리에 관계없이 일정한 것으로 느끼려하며, 명암이나 빛의 변화와 관계없이 원래의 색상으로 인식하여는 경향이 있다.(Goldstein, 1996)

둘째, 선택적 시각(Selective Seeing)으로 인간이 자신이 보고자 원하는 부분만 선택적으로 보려고 하는 경향이다. 이러한 시각적 기능의 특성은 선택적으로 정보를 받아들이고 그 방식과 배치되는 것들은 여과시켜 버리는데, 선택적 지각(selective perception)으로 표현되기도 한다. 이러한 인간의 시각적 경향은 때때로 전부를 보지 않고 보고 싶은 것만을 보는 경향이 있기 때문에 인간이 왜곡된 세계를 보게 될 수밖에 없다.

셋째, 컨텍스트의 영향(The effects of Context)으로서 인간의 지각이 상황과 문맥에 따른 판단 능력을 갖고 있다는 것으로서 사물이나 상황의 상관관계를 통하여 사물을 인지하고 이해한다는 것이다.

텔레비전 영상의 기본 목적은 사건이나 상황을 명료화하고 강조하여 시청자들의 이해를 돕기 위한 것

이다. 이러한 과정은 역설적으로 시청자들로 하여금 새로운 관점에서 세계를 볼 수 있도록 시청자들의 지각기능을 직접 조종한다는 뜻이 되기도 한다. 결국 일반적인 시청자는 영상이 편집을 통하여 이미 선택되어 전달된다는 내용을 느끼기 어렵다.

영상은 여러 가지 요소를 통하여 구성된다. 제틀(Zettle, 1999)은 텔레비전 영상의 요소를 크게 다섯 가지로 나누었는데 (1) 빛과 색상, (2) 2차원 영역, (3) 3차원 영역, (4) 시간과 동작, (5) 음향 등이 그것이다. 빛과 색상은 조명으로 수렴되며, 2-3차원은 화면의 구성으로, 시간과 동작은 편집을 통하여 설명할 수 있다.

### (1) 빛과 색상(조명)

인간의 눈은 빛이라는 신호를 받아들여 빛은 밝은 부분과 어두운 부분, 빛과 그림자, 그리고 다양한 색상으로 우리에게 지각 된다. 그래서 우리는 반사된 빛을 고유한 색상이라고 생각하여 색을 지칭하여 부른다. 텔레비전의 영상은 사실상 빛으로 만들어진다. 그래서 빛을 제어하는 것은, 조명은 텔레비전의 영상미학의 높은 수준의 양식이며, 중요한 방법이다.

조명은 의미 전달을 위해서 빛과 그림자를 조작하는 것인데, 조명은 일반적으로 공간기능(Spatial Orientation), 촉감기능(Tactile Orientation), 시간기능(Time Orientation)의 기능을 한다. 공간기능은 물체의 위치와 형태를 알려주며, 촉감기능은 인간의 촉각이 조명에 의하여 간접적으로 느껴지도록 한다. 시간기능은 빛과 그림자를 조작함으로써 계절과 시간을 나타낸다. 또한 조명은 감정과 정서를 표현하는 심리적 기능을 하기도 한다. 실제로 조명은 명암대비를 통하여 공간을 구성하고, 관심을 유도하고, 주제를 표현하며 인간의 감성을 드러내기도 한다.

텔레비전에서 색은 전송되는 주제를 명료화하고 강조하는데, 색을 통하여 화면을 좀더 사실적으로 표현하여 물체나 상황에 대하여 정보를 제공하고, 대비를 통한 에너지의 비교를 통하여 화면의 일부를 강조하거나 화면의 구도를 잡아간다. 또한 색을 통하여 어떤 물체나 상황의 특징을 표현하고, 그적인 흥분과 느낌을 강조하는 감성적 역할을 하기도 한다.

### (2) 화면 구성

텔레비전 화면은 송신자나 수신자(시청자)에게 새로운 공간을 제공하고, 그 공간을 이용하게 한다. 여기서의 공간이란 일반적인 생활의 공간이 아닌 텔레비전 화면 속의 공간이며 인간이 아니라 카메라가 보는 공간이다. 텔레비전의 화면은 인간의 시야와 생활공간에 맞추어 수평적인 종횡비를 구성하고 있다. 종횡비는 제작 방식의 표현 방식에 영향을 주기 때문에 역사적으로 연출자들은 정해진 화면의 한계를 벗어나려고 노력하였다. 근래에 텔레비전 화면의 종횡비가 변화되고 있는데, 초창기 영화가 4:3 비율이었던 것을 보면 영상표현을 위해 화면이 변화되고 있음을 짐작할 수 있다.

#### ① 영상의 크기

영상은 카메라가 피사체인 대상을 잡아낸 카메라 쇼트(camera's shot)이다. 그래서 '카메라로(대상을) 보는 것'은 카메라 쇼트인 영상을 보는 것이며, 이는 '보기'가 아닌 '영상 보기'이다. '보기'와 '영상보기'가 다름에도 불구하고 시청자는 카메라로 보는 것과 눈으로 보는 것은 같다고 보는, 영상세계와 현실을 동일

시하는 착각을 한다.

텔레비전 화면을 통해 보이는 물체의 크기는 절대적으로 판단할 수 없다. 즉 비교와 단서를 통하여 판단할 수밖에 없다. 즉 시청자는 물체의 크기에 대한 지식(Knowledge of object), 화면상의 크기(relation to screen area), 상황 문맥에 의한 물체의 크기 판단(enviroment context), 사람의 신체와의 비교(referance to a human being)를 통하여 사물의 크기를 판단한다. 특히 사람의 신체와의 비교를 통해 물체를 판단하는 것은 세계를 이해하는 데 인간이 중심이며 기준이 된다는 것이다.

화면 구성이란 시각화를 말하는데, 어떠한 장면을 하나의 샷 혹은 시퀀스로 생각하는 것으로써 텔레비전에서 하나의 상황을 영상이미지 형상화시키는 것으로 볼 수 있다. 상황을 장면으로 시각화하는 것은 상황이나 매체에 따른 차이 뿐 아니라 개개인의 경험이나 미학적 습관에 의존한다(Zettle, 1999).

샷의 크기(Field of View)란 하나의 샷이 특정한 장면의 얼마나 많은 부분을 보여주는지를 말하기도 하고, 대상과 얼마만큼 떨어져 있는지를 표현 주기도 한다. 샷의 크기는 일반적으로 다섯 가지로 구분하고 있다(Zettle, 1999). (1) ELS(extreme long shot), (2) LS(long shot), (3) MS(medim shot), (4) UP(close-up), (5) ECU(extreme close-up)

박치형(2003)은 피사체가 화면 속에서 나타나는 영상의 크기는 대단히 중요하며, 그 이유는 영상의 크기에 따라 피사체가 주는 느낌에 큰 차이가 있다고 하였다. 그리고 일반적으로 풍경이나 정물의 경우와 인물이 포함된 경우로 나누어 화면의 크기를 (1) 롱샷(LS, long shot), (2)미디엄 샷(MS, medim shot), (3)업샷(US, up-shot) 등으로 나누었고, 인물을 중심으로 한 화면의 크기를 빅 클로즈업 (1) (BCU, big close-up), (2) 클로즈업 (CU, close-up), (3)업샷(UP, up-shot), (4) 바스트 샷(BS, bust-shot), (5) 웨이스트샷(WS, weist-shot), (6)니샷(KS, knee-shot), (7) 풀샷(FS, full-shot), (8)롱샷(LS, long-shot) 등 여섯 가지로 분류하였다.

샷의 크기를 결정하는 것은 상황을 해석하는 관점에 따라 달라지며, 화면의 크기를 고려하여 달라지는데, 샷의 크기는 물체 혹은 인물이 얼마나 크게 보이는지 뿐만 아니라 시청자들에게 얼마나 가까이 있는가하는 점에서도 차이가 나는데, 즉 샷의 크기는 인간의 물리적, 심리적 거리이다. 한편으로 샷의 의미는 그 사회 구성원들이 사회적 인식에 따라서 달라진다. 즉 각 나라마다 클로즈업의 기준이 다른 것이다. 근접학(proxemics)에서는 이러한 현상을 문화적 현상으로 다루고 있는 것도 이런 이유 때문이다. 이러한 연구는 비디오 근접학(video proxemics)에서 인간이 화면과 화면 속에 등장하는 인물을 어떻게 인지하는 가에 관한 연구에서, 문화적 차이와 관계없이 클로즈업 샷은 롱 샷보다 더 친밀한 샷으로 느껴지고 더 많은 미학적 에너지를 전달한다.

## ② 힘의 방향

텔레비전 영상에서 공간은 새로운 표현 양식이 되었고, 이러한 공간은 화면에서 나타내고자 하는 장면을 효율적으로 표현하기 위해서 힘의 요소를 활용한다. 2차원적인 화면에서 힘은 방향성을 보이고, 서로 끄는 자성을 보이며, 화면의 대칭성을 통하여 관심 비중을 조절한다. 또한 주피사체와 배경의 관계를 통하여 기준점과 다른 요소들과의 비교를 가능하게 한다.

영상에서는 벡터(Vectors)<sup>8)</sup>라는 용어로 화면 내에서의 힘의 방향을 지칭하는데 화면에서 시선을 이동

8) 여기서는 미학적인 벡터를 말하는데, 물리학에서 벡터란 '일정한 힘과 방향을 가진 물리적인 양'이다.

시키는 지향성 힘이라고 할 수 있다. 화면에서의 벡터는 화살표, 일정하게 배열된 물체들, 사람들의 시선 방향 등과 같은 암시에 의해서 표현된 방향을 나타내기도 하고, 실제 동작에 의하여 표현된 방향을 나타내기도 한다.

전통적인 그림과 같은 경우의 구도와 다르게 텔레비전의 영상은 황금분할이나 균형과 같은 좋은 구도를 위한 종래의 방법과 다르게 화면의 자성, 질량, 벡터 등과 같이 화면 안에서 작용하는 여러 가지 종류의 힘이 서로 영향을 미친다. 힘 있고 명료한 화면을 구성하기 위해서는 힘의 균형을 통한 안정과 균형이 필요하다.

텔레비전 영상은 3차원의 세계를 화면에서 2차원으로 나타내는데, 화면에서의 3차원은 실제로 존재하지 않지만 3차원적 이미지를 표현하기 위하여 노력한다. 첫째 화면의 깊이의 축(Z축)을 설정하는 것이다. Z축은 화면의 너비(X축)과 높이(Y축)의 공간적 한계를 극복하는 개념이다. 화면의 깊이를 나타내는 방법에는 면의 중첩, 상대적인 크기, 화면상의 높이, 선상원근법, 공기원근법 등이 있다.

또한 렌즈를 통한 심도의 특성을 사용하여 3차원 영역을 구현하는 방법이 있으며, 그래픽을 활용할 수도 있다.

### ③ 영상의 움직임

텔레비전 화면에서 움직임은 피사체의 움직임과 카메라의 움직임 등 두 가지로 나눌 수 있으며, 피사체의 움직임을 표현할 때는 가능하면 카메라의 움직임을 자제하여 시청자들이 카메라의 움직임을 인지하지 못하도록 하고, 피사체의 움직임을 따라줄 때는 피사체의 속도에 맞추어 주어야 하며, 속도에 따라 적절한 ‘리드룸(leadroom)’을 확보해 주어야 한다. 카메라의 움직임은 카메라의 헤드만 움직이는 카메라워크와 카메라 전체가 움직이는 카메라워크로 나눌 수 있으며, 이러한 카메라의 움직임은 카메라가 시청자의 눈을 대신한다는 느낌을 가지고 지나치게 자주 움직이지 않도록 하여야 한다. 특히 ‘줌’은 눈은 고정된 상태로 두면서 대상물의 크기가 연속적으로 변하는 것으로 지각되기 때문에 매우 부자연스러운 느낌을 주므로 남용하여서는 안된다.<sup>9)</sup>

최이정(2005)은 “고정샷은 카메라워크에서 가장 기본이 되는 중요한 샷이다. 인간의 시청심리는 피사체의 자연스러운 움직임이 고정된 화면에 나타날 때 가장 안정감을 느낀다.”라고 하면서 카메라워크를 ‘팬과 틸트’(pan & tilt), ‘줌(zoom)’, ‘달리(dolly)’, ‘트랙(track)’, ‘페데스탈(pedestal)’, ‘아크(arc)’ 등 6가지로 분류하여 그 세부적인 움직임과 사용법 그리고 시각적 효과에 대해 설명하고 있다.

박치형(2003b)은 카메라워크를 ‘픽스샷 (fix shot)’, ‘팬(pan)’, ‘틸트(tilt)’, ‘줌(zoom)’, ‘달리(dolly)’, ‘트랙(track)’, ‘붐(boom)’, ‘아크(arc)’, ‘팔로우잉(following)’ 등 9가지로 구분하면서 ‘픽스샷’이 가장 기본이 되는 카메라워크라고 강조한다. 황인선과 한인규(1993)도 시간축상의 정지된 영상을 촬영하는 스틸 카메라와는 달리, 텔레비전은 시간 축 상에서 연속적인 영상을 촬영하기 때문에 카메라의 흔들림이나 카메라의 이동을 촬영목적과 현장의 상황에 따라서 이용할 수 있으나, 가장 기본이 되는 촬영기법은 카메라를 트라이포드에 설치하고 움직임이 없이 피사체를 응시하는 것이며, 꼭 필요한 시점에만 적절한 카메라워크를 사용하여야 한다고 주장한다.

황인선(1998)은 인물을 기준으로 ‘풀샷’, ‘풀피겨’, ‘니샷’, ‘웨이스트샷’, ‘바스트샷’, ‘업샷’, ‘클로즈업’, ‘빅

9) 심길중, 『텔레비전 제작론』, 한울아카데미, 1996, pp.87-88

클로즈업', 등 8가지로 분류하였다.

시청자는 카메라가 보는 것만을 볼 수 있기 때문에 선택되는 화면은 사건의 중요한 부분을 담고 있어야 함은 물론, 사건의 본질을 규명하고 효과적으로 전달할 수 있도록 정리되어야 한다. 회화에서 디테일과 색을 화면에 배열하는데 도움이 되는 구도상의 원리를 알고 있는 것처럼 텔레비전의 경우도 영상 미학적 기준에 의한 화면의 구도를 이용해 사건을 설명하고 강조할 수 있어야 한다.<sup>10)</sup>

#### ④ 관점 (POV, point of view)

관점, 시점 혹은 앵글이라고도 부르는 다양한 의미의 이 용어는, 상황에 따라서 여러 가지 다른 의미를 보인다. 기본적으로는 카메라가 화면상의 특정 인물의 지시 벡터를 따라 촬영하는 샷을 말한다. 카메라를 통한 관점 혹은 시점은 제작자의 심리적인 관점을 반영하는데, 넓게는 제작자가 속해있는 사회의 일면을 암시하기도 한다.

카메라의 관점은 인간이 사회 속에서 체험하는 현상에 대한 지각을 바탕으로 구성된다.

텔레비전을 시청하는 시청자들도 이와 같은 느낌의 연장선에서 비슷한 느낌을 받는다. 카메라의 로우 앵글(low-angle), 즉 양각(looking-up)일 경우에는 수평 앵글(eye-level angle)이나 하이앵글(high-angle)일 때보다 화면의 영상이 더 힘 있고 더 중요하며 더 권위적으로 보인다. 카메라가 하이앵글일 때에는 수평앵글이나 로우 앵글 보다 힘이 없으며 중요하지 않은 것으로 보인다. 결국 시청자들은 카메라의 관점을 자신의 관점으로 느끼게 된다.

물체의 움직임도 하이앵글에서 촬영했을 때에 로우 앵글에서 촬영했을 때와 다르게 여유있고 느리며, 로우 앵글은 빠른 느낌을 준다.

황인선(1998)은 카메라의 샷을 '관점(point of view)'에 따라서 출연자의 관점에서 피사체를 보여주는 '주관샷(subjective shot)'과 시청자의 관점에서 피사체를 보여주는 '객관샷(objective shot)'으로 분류하고 카메라의 포지션과 카메라 앵글(양각, 부감)이 화면의 구도와 직접 연결되는 요소이므로 각 샷의 목적을 충분히 파악하고 신중히 결정하여야 한다고 강조한다.

주관적 샷(Subjective Camera)은 카메라의 위치에서 시청자가 카메라의 관점이 되는 것을 말한다. 주관적 카메라 기법을 활용하여 직접 화법(Direct-Address Method)의 형태로서 연기가 시청자에게 직접 말을 거는 형태이다. 텔레비전의 매체적 친근성을 드러내는 방법으로서, 작은 텔레비전 화면을 통해 등장한 인물의 클로즈업 샷은 시청자들로 하여금 실제로 화면 속의 인물과 대화를 나누는 듯한 기분이 들게 한다.

한편 오버숄더 샷(Over-the-shoulder Shooting)과 크로스 샷(Cross Shot)은 대화 장면에서 사용되는 샷으로서 리버스 샷(Reverse Shot)이라고 부르는데, 오버숄더 샷은 한 사람의 어깨 넘어 다른 사람의 모습을 보여주는 샷이며, 크로스 샷은 순수하게 대화하는 사람을 한사람 씩 보여주는 샷이다. 오버숄더 샷과 크로스 주관적 샷의 한 종류로서 대화를 나누는 사람이 직접 우리에게 말하고 있는 듯한 느낌을 주는 대표적인 관점을 활용한 기법이라고 볼 수 있다.

앵글은 다음과 같은 목적을 갖는다. (1) 벡터의 연속성을 위한 앵글(angles for vector continuity), (2)

10) Zettl, Sight Sound Motion: Applied Media Aesthetics,(3rd ed.), 박덕춘, 정우근 공역, 『영상제작의 미학적 원리와 방법』, 2002, p.262



다중 관점의 표현을 위한 앵글(angle for multiple viewpoints), (3) 관점의 명료화를 위한 앵글(angles for point-on-view clarification), (4) 상황을 강조하기 위한 앵글(angles for event intensification), (5) 제작자의 개성을 나타내는 앵글(angles for style setting).

앵글은 특정한 상황에 있는 사람의 심리 상태나 감정을 나타낼 수 있으며, 앵글에 대한 반응과 구성 양식도 그 사회의 상황에 따라, 문화에 따라 다르게 표출 될 수 있다. 화면 구성의 목적은 시청자나 관객의 관심을 끌어서 특정의 반응을 얻고자 하는 것이다. 따라서 화면의 구성은 프로그램의 전체적인 흐름과 조화를 이루어 시청자나 관객이 자연스럽게 화면에 몰입할 수 있도록 이루어져야 한다. 그리고 시청자는 카메라를 통해 현장을 간접 체험하게 된다.

선택된 화면의 시퀀스는 시청자나 관객에게 정확한 도면보다 더 많은 것을 설명한다. 따라서 영상제작자는 광각렌즈 상태에서 촬영할 것인지, 협각렌즈 상태에서 촬영할 것인지, 주관적 샷으로 촬영하여 출연자나 연기자의 관점을 보여줄 것인지, 일반적인 객관샷으로 촬영할 것인지, 또한 로우 앵글로 촬영하여 양각 샷을 보여줄 것인지, 아니면 하이앵글로 촬영하여 부감 샷을 보여줄 것인지, 그리고 장면이나 인물의 어느 정도를 보여줄 것인지 등 화면의 크기와 하이앵글, 로우앵글, 수평앵글, 경사앵글 등 카메라의 앵글에 관한 선택을 프로그램의 내용과 장면의 상황에 따라 적절히 구사하여야 한다.

### (3) 편집(연결과 충돌)

텔레비전 화면은 3차원 세계를 2차원 평면에 구현하지만 다양한 영상 표현과 시점을 통하여 공간을 재구성하여 현실적인 화면을 구성한다. 나아가 텔레비전 영상은 시간과 동작의 관계를 다루는 중요한 특징으로 인하여 공간뿐만 아니라 시간의 영역을 다룸으로서 4차원 영역을 구성한다.

영상이 표현하는 힘의 방향, 벡터와 벡터장(Vector Field)에는 시간의 개념이 있는데, 텔레비전에서의 벡터장은 각 샷마다 혹은 시퀀스 마다 변화를 수행하며, 운동성을 갖는다. 이를 통하여 시간의 개념을 발휘하여 4차원적 현실을 펼친다.

텔레비전에 프로그램은 생방송 등에서 실시간이라는 객관적 시간에 종속되기도 하지만, 프로그램 몰입이라는 주관적 시간을 경험하게 한다. 또한 편집이라는 방식을 통하여 시간을 재구성한다. 결국 텔레비전은 상황의 강도와 밀도를 조작함으로써 경험의 강도를 조절하는 힘을 갖고 있다.

컷(the cut)은 편집의 기본 단위로써 장면의 전환을 말한다. 실제로 컷은 많은 변화를 수반하는 영상 기법이지만 화면에서 시간이나 공간을 차지 않기 때문에 우리의 눈에 크게 드러나지 않는다. 촬영기법 등을 통하여 컷의 역할을 하는 경우도 있지만, 적절한 컷팅은 화면의 공간과 시간을 재구성하는데 적합하다. 컷의 공간 기능은 (1) 샷 사이에 동작을 연결시키고, (2) 대상이나 사건의 시퀀스를 표현하고, (3) 장소나 관점을 변화시키고, (4) 사선의 세부 사항을 나타낸다.

편집의 다른 방법으로는 디졸브(dissolve)가 있는데, 2개의 이미지를 겹치게 함으로써 점진적으로 장면을 전환시키는 기법이다. 디졸브는 부드러운 연속성을 제공하여 시간의 리듬을 주며, 주체간의 구조적 관계를 표현한다. 최근의 디지털 기술의 발전은 특수장면 효과를 쉽고 간편하게 하고 있다.

편집은 시청자의 인식의 일관성을 위하여 연속성이 중요하다. 연속성은 지시 벡터 (Index Vector Continuity)의 연속성은 두 샷 간의 방향성에 있어서 일관된 방향성을 뜻하는데 목표물의 연속성, 대화축의 위치의 연속성 등이 이에 해당된다. 또한 동작이 방향에 있어서도 동작벡터를 연속적으로 유지해주

어야 한다. 이러한 연속성은 시청자에게 명료한 정보를 전달하는 것과 함께 편집이라는 작업을 효율적으로 구성하는 데 효율적이다.

## 4. 연구문제

TV토론의 딜레마는 토론이라는 이성적 활동과 감성적인 대중적 영상매체인 텔레비전이라는 이질적인 매체간의 갈등에서 이해 될 수 있다. 이러한 태생적 특성은 공공성이라는 선거 활동 속의 이성적 유권자와 오락적인 텔레비전 시청자 사이를 혼란스럽게 하고 이는 텔레비전 토론회의 논의 과정에서도 표출되고 있다.

특히 토론에 관한 연구와 그 영향력에 관한 많은 연구와 성과에 비하여 토론이라는 콘텐츠를 담는 텔레비전, 구체적으로 텔레비전 영상구조에 대한 연구가 극히 적다는 것은 의아한 일이 아닐 수 없다. 연구는 TV토론의 사회문화적 기능에 관한 연구로서 한·미·일의 대통령 후보 텔레비전 토론의 영상의 형태가 상이한 문화적 맥락에서 어떻게 특성적인 의미화 작용을 실현하는지를 고찰하고, 상이한 형태의 요소들이 각 나라마다 다르게 작용하는 기능적 함의를 살피기 위하여 한·미·일 대통령 후보 텔레비전 토론회가 어떤 문화적 양상으로 대별되거나 비교될 수 있는지를 검토하기 위해 한·미·일 대통령(수상)후보자 TV토론회의에서 나타나는 영상구성의 특성, 차이를 살피고, 그 함의를 통하여 발전적 형태를 생각해 보고자 한다.

### 1) 분석대상

#### ① 한국

〈표 1〉 토론회 일정 및 주제

토론회	토론자	장소	주제(분야)
'07. 12. 6(목) 20:00~22:00	정동영 이명박 권영길 이인제 문국현 이희창	정치, 외교, 통일, 안보	한반도 주변국가와의 현안문제 북핵문제 해결을 위한 대북정책 피랍사태대처방안(UCC) 권력구조 개편과 헌법개정
'07. 12. 11(화) 20:00~22:00		사회, 교육, 문화, 여성	양성평등 실현방안 교육개혁과 사교육비 절감 관광수지개선방안(UCC) 세계화시대의 문화(컨텐츠)정책 사회기강확립과 부정부패
'07. 12. 16(일) 20:00~22:00		경제, 노동, 복지, 과학	노동시장의 양극화 해소 방안 경제활성화를 위한 현실적 대안 국민연금 해결방안(UCC) 차세대 첨단산업 육성 고령화 사회와 복지정책 방향

17대 대선에서 합동토론회는 지상파를 통하여 세 차례 개최되었다. 국회 5석 이상의 정당 후보자, 직전 선거에서 3% 이상 득표하거나 최근 평균지지율이 5%이상인 후보자가 초청대상인 된 TV토론회는 대통합신당의 정동영 후보, 한나라당 이명박 후보, 민주노동당 권영길 후보, 민주당 이인제 후보, 창조한국당 문국현 후보, 무소속 이회창 후보를 포함 총 6명의 후보자가 참석하였다.

KBS1와 MBC의 동시 중계로 저녁 8시부터 10시까지 방송된 토론회는 1차 12월 6일, 2차 12월 11일 마지막으로 12월 16일 방송되었다. 초청되지 못한 후보자들은 별도로 12월 13일 KBS1과 MBC에서 밤 11시부터 방송되기도 하였는데, 본 연구에서는 초청 후보 합동 TV토론 3회를 연구 대상으로 삼았다

## ② 미국

양당과 민간단체인 대통령 TV토론위원회(CDP, Commission On Presidential Debate)와의 합의에 따라 대통령 후보 간의 1차 TV토론은 2008년 9월 26일 미시시피대학에서 개최되었다. 외교·안보 정책을 주제로 열렸다. 공화당의 존 맥케인 후보와 민주당의 버락 오바마 대통령후보는 PBS방송의 짐 레러(Lehrer) 앵커의 진행으로, 소주제에 대하여 각각 2분씩 발언 한 뒤 5분 동안 서로에게 질문을 던졌다. 후보가 직접 상대방에게 질문하는 방식이 처음 도입 되었다.

2차 TV토론은 1010명의 유권자들이 현장에서 질문하고 후보자들이 답변을 하는 타운홀 미팅 방식으로 진행되었다. 10월 7일 테네시 네슈빌 벨몬트 대학에서 열렸다. 사회자는 NBC의 톰 브로코우 앵커의 진행으로 진행되었다. 3차 토론회는 10월 15일 뉴욕의 햄스테드 호프스트라대학에서 CBS 보브 쉬퍼 앵커의 사회로 열렸는데 두 후보가 10시 방향과 2시 방향으로 앉고, 사회자는 6시에 앉아서 라운드테이블 형식으로 진행되었다.

총 90분간 진행되는 각각의 토론회에서 9분은 두 후보의 인사말과 마무리 발언에 할당되고, 나머지 91분을 소주제로 9분씩 진행되었다.

본 연구의 분석 대상 중 미국의 대통령 후보자인 공화당의 존 맥케인 후보와 민주당의 버락 오바마의 TV토론은 총 3회의 토론회를 분석대상으로 삼았다.

〈표 2〉 미대선 토론회 일정 및 주제

토론회	토론자	장소	주제(분야)
'08. 09. 26(금) 21:00~22:30'	오바마 메케인	미시시피 대학	* 국가안보 및 외교정책 * 경제문제(7천억달러규모의규제금융처리문제)
'08. 10. 7(화) 21:00~22:30'		미국 테네시주 내슈빌 벨몬트 대학	* 미국금융위기에 관한 경제문제 그리고 외교현안 * 주제 상관없이 시민들의 질문에 대한 답변. (타운홀 미팅방식 첫도입)
'08. 10. 15(수) 21:00~22:30' (현지시간기준)		뉴욕주 햄스테드 호프스트라대학	* 경제와 국내문제 - 특히, 세금정책에 관한 대안 * 자유 무역협정에 관한 의견

### ③ 일본

일본은 2005년 의회 해산 후 고이즈미 수상과 각 당수들을 초청하여 토론회를 개최하였는데 기자클럽에서 개최한 토론회를 분석 대상으로 삼았다. 2005년 국회해산으로 인한 중의원 선거에서 일본기자클럽은 고이즈미 수상을 비롯한 주요 정당의 당수를 초청, TV토론을 개최하였고 전국적으로 방송되어 그 반향이 매우 컸다. 본 연구에서는 동양의 TV토론의 현황을 파악하기 위하여 TV토론이 열리는 일본의 당수 토론회를 분석 대상으로 삼았다.

## 2) 분석방법

### (1) 분석단위

영상의 구조를 이루는 요소는 조명, 화면의 크기, 영상 구성 요소들로 나눈다. 조명의 경우는 스튜디오와 같은 공간에서 개최되는 점을 고려할 때 차이가 발생하기 어렵고, 화면 사이즈는 시청 형태나 수용자의 경제적 성격에 따라 다른 범을 고려하여 통제가 되었다고 판단되었다. 국가 별로 혹은 문화권 별로 나타나는 영상 구조적 차이를 살펴보기 위해서 카메라가 구성하고 혹은 방송되는 인물(후보자)의 크기, 인물 수, 움직임, 앵글, 반응 쇼트, 시선 방향(벡터) 등을 고려하였다. 빈도를 통한 분석이 주로 시도 되었고, 분석 단위의 시행은 연구자가 시행한 후 세미나를 통하여 의견을 수집 하고, 대상 분석 단위를 일치시키기 위하여 코더들과 회의를 거치고 의견을 취합하고 결정하였다.

정확한 일치를 위해서 인물 사이즈에 대한 분류를 몇 단계로 결정 하는가?, 움직임의 시작과 끝을 어떻게 결정하는가?, 반응 샷(reaction, 리액션)개념과 구별, 시선 방향의 구분이었다.

분석 절차는 첫째, 각 나라 별로 인물의 크기를 6단계로 나누었는데, 한·미·일 각국의 유형을 분류하는데 큰 문제점이 발생하지 않았기 때문이다. 인물 수는 5단계로, 카메라의 움직임은 6종으로 나누었고, 시선 방향(벡터) 부분은 6단계로 나누었다.

둘째, 국가 별로 발생한 영상구성에 대한 결과를 국가 별로 비교하여, 그 특징과 기능에 대한 차이를 살펴본다. 셋째, 차이의 함의를 통하여 TV토론의 기능을 찾고, TV토론을 둘러싼 담론에 대하여 살펴본다.

3개국의 최근 개최된 대선을 중심으로 한·미·일 3국을 기본으로 1단계로 나누고, 한국과 미국의 TV토론은 각 3차례, 각 6명의 후보자, 2명의 후보자가 유형으로 볼 수 있으며, 일본의 경우 고이즈미를 포함한 6명의 후보자로 나누어 볼 수 있다. 한국의 경우는 정동영 후보, 이명박 후보, 권영길 후보, 이인제 후보, 문국현 후보, 이회창 후보 등이며. 미국의 경우는 오바마 후보와 맥케인 후보 2명을 대상으로 유형화하여 분석하였다.

### 2) 영상 분석의 목적

TV토론의 영상표현 양식을 살피기 위해서 2007년 한국의 대통령 TV토론회와 2008년 미국의 대선 TV토론회, 2005 일본의 당수 토론회를 영상 분석하고자 한다. 이를 목적으로 1차적으로 한국의 경우 세 차례 TV토론회를 모니터링 하였고 미국의 경우 오바마와 맥케인의 세 차례 TV토론회를 모니터링 하였다. 일본의 경우 일반적인 양식인 당 대표초청토론회를 모니터링 하였다.

한편, 한미일의 TV토론회의 영상표현을 살피는데 있어서 한국의 경우 영상형식이 고착화 되어 보일정

도로 일치하였지만 분석은 3차례 방송을 모니터링 하여 실시하였다. 미국의 대선의 경우 타운 홀 방식의 토론회를 포함하여 세 종류의 방송형식을 분석 대상화하였다. 일본의 경우는 집단 형식인 당수 토론회를 분석하였다.

### (1) 후보자의 인물 크기

TV토론은 후보자를 중심으로 영상이 구성되는 형식으로서 후보자 이외에 물체와의 관계는 최대한 연관성을 줄이는 것이 원칙적으로 적용된다. 그러므로 TV토론에서의 영상 구성의 주요 요소는 대통령 후보자이다. 앞서 설명한 영상의 크기를 나누는 데에서 인물의 크기에 따른 분류는 많은 학자들의 분류가 있으나, 일차적으로 TV토론을 모니터링 한 결과 공통적으로 적용하는 데 일치하여, 적합한 5단계로 인물 크기를 나누었다. 인물을 포함한 전체적인 TV토론장을 보여주는 단위로 결정한 풀샷(full shot)은 인물 전체를 포함한 경우를, 니샷(knee shot)은 무릎 이상의 모습을, 웨이스트샷(waist shot)은 허리에서 상반신을, 바스트샷(bust shot)은 가슴 이상의 상반신, 클로즈업(close up)은 인체의 특정 부분에서도 주로 얼굴을 중심으로 한 장면으로 보았다.

### (2) 등장 인물 수

등장인물 수는 한 화면(샷, shot)에 몇 명의 후보자를 담는가의 통하여 나눈다. 본 연구에서는 원샷(1S, one-shot), 투샷(2S, two-shot), 쓰리샷(3S, three-shot), 그룹샷(GS, group-shot), 몹샷(MS, mob-shot)으로 나누기로 한다. TV토론의 성격상 그룹 샷의 경우는 4명 이상 후보 전체를 포함하는 경우로 설정하였다. 한국의 경우는 2007년 TV토론의 경우 6명의 후보가 난립하는 경우가 발생하여, 방청객을 포함한 경우와 차별화하기 위해서 정의하였다.

### (3) 시선(힘의 방향, vector)

시선을 분석 단위로 설정한 것은 카메라의 벡터(힘의 방향)와 연관성을 보이기 때문이다. 카메라는 후보자의 시선을 고려하여 구도를 잡음으로써 영상은 방향성을 갖는다. 결국 출연자의 시선은 복합적인 의미를 갖고 있다. 영상을 구성하기도 하고 시청자 혹은 방청객, 후보자 간의 시선은 영상의 관점을 설명할 수 있다. 즉 주관적 혹은 객관적 관점을 통하여 TV토론을 설명하는 근거가 되기 때문이다. 본 연구에서는 후보자의 시선 8개의 종류로 임의적으로 구분하였다.

### (4) 카메라의 움직임

카메라의 움직임은 토론대회에서 많이 발생하지 않지만, 최근 타운 홀 방식 등에서는 목격 되는 경우이다. 특히 미국의 경우는 크레인(crane) 혹은 지미집(jimmi)을 활용한 특별한 장비를 사용하여 전체를 보여주는 LS에서 사용되고 있다(표와 같이 다양한 움직임이 존재한다.) 하지만 이러한 경우는 줌인의 개념으로 분류하였다. 팬(Pan), 줌(Zoom), 틸트(Tilt)로 한정 하였다. 결국 카메라의 움직임을 단순하게 비교하기 위해서 카메라의 움직임을 최소한으로 정의하였다.

(5) 반응 쇼트(reaction shot)

토론에서 반응 쇼트는 논란의 문제이다. 특히 한국의 경우 반응 쇼트는 거의 찾아 볼 수 없었다. 공정성 균형성의 사고에 충실하기 위하여 항상 논란의 중심에 있다. 반응 쇼트를 규정하기 위해서 2S의 경우도 상대 후보의 듣고 있는 장면이 노출 될 때는 반응 쇼트로 하기로 하였다.

## 5. 연구결과

### 1) TV토론의 영상 구성(한국)

본 연구는 한·미·일 TV토론의 영상 구성을 통하여 TV토론의 영상 구성의 요소를 살피고 영상 요소들이 어떠한 기능적 요소로 작용하고 있는지를 살펴보는 것이다. 한국의 영상 구성의 특징은 다소 경직되고 한정적인 모습을 전달하는 것으로 볼 수 있다.

2007년의 한국의 TV토론에서 후보자의 사이즈를 보여주는 샷은 BS과 FS, 두 종류로 나타났다. 후보자 인물 6명 전체를 보여주는 풀 샷과 카메라 혹은 후보자를 보면서 토론하는 후보자의 바스트 샷을 보여주었다. 단순한 두 종류의 샷 중심으로 구성되어있으며 바스트 샷은 토론 영상이기 보다는 연결 영상으로 설명할 수 있어서 토론 영상의 부족을 보여준다.

〈표 3〉 한국 TV토론에서의 인물사이즈

단위 : 건(%)

	CS	BS	WS	KS	FS
1차	1	143(66%)			74(34%)
2차	1	143(64%)			81(36%)
3차		158(64%)			89(36%)



〈그림 7〉 풀샷 (FS)



〈그림 8〉 바스트 샷(BS)



〈그림 9〉 바스트 샷(BS)

한국의 TV토론에서 인물 수를 통한 샷을 살펴보면 특히 2S가 전무하다. 토론이란 후보 간의 차이를 비교하여 유권자가 적합한 후보를 찾는 캠페인의 하나인데 두 후보를 영상적으로 비교할 수 있는 영상이 절대적으로 부족한 것을 찾아 볼 수 있다. 특히 6명의 토론자가 출연한 TV토론에서는 현실적으로 후보자간 토론이 불가능한 것을 볼 수 있다. 영상 문법에서도 지나치게 넓은 범위에서 클로즈업 샷으로 진행이 되는 것을 경계한다. 시청자로 하여금 영상의 충격을 완화시키기 위해 거쳐서 가는 완충적인 샷 필요한테 배려가 부족한 영상 구성이다.

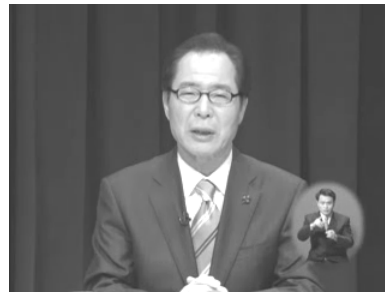
〈표 4〉 한국 TV토론에서의 인물수

단위 : 건(%)

	1S	2S	3S	GS	MS
1차	143(97.9%)		1(0.6%)		2(1.3%)
2차	139(75.0%)		4(2%)		43(23%)
3차	157(78.0%)				45(22%)



〈그림 10〉 3S



〈그림 11〉 1S

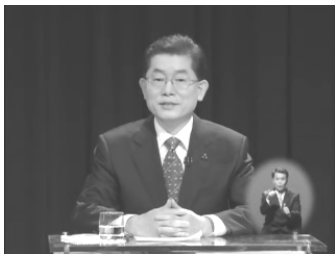
한국의 토론 영상에서 시선에 방향을 살펴보면 힘의 방향이 주로 앞을 보고 있는 것으로 나타났다. 세트와 인물 배치가 일자로 배치된 결과이며 후보자의 수, 등이 그 원인으로 지적 된다. 토론 보다는 메시지를 전달하려는 후보자들의 의도가 영상과 함께 자연스럽게 연설회 영상스타일의 결과로 나타났다. 균형과 공평성을 강조하여 동일한 시간과 동일한 공간에 대한 배려에 집착하는 모습을 보인다. 시청자들에게 논쟁을 보여주기에는 미흡하고 특히 카메라를 바라보는 영상이 대부분인데, 시청자들에게 직접 호소하는 장면은 다소 부담스러운 모습으로 볼 수 있다.



〈그림 12〉 준비자료 보는 시선



〈그림 13〉 상대후보 보는 시선



〈그림 14〉 카메라 보는 시선



〈그림 15〉 준비자료 보는 시선

〈표 5〉 한국 TV토론에서의 시선 방향

단위 : 건(%)

	카메라	준비자료	상대후보	허공(위)	허공(아래)	진행자	방청객	기타(왼쪽)
1차	111(32%)	78(22%)	42(12%)		58(17%)	9(2.6%)		42(12%)
2차	200(56%)	89(25%)	21(6%)	1	6(2%)	3(1%)		38(11%)
3차	193(42%)	145(32%)	47(10%)		7(2%)	3(1%)		65(14%)

한편 한국의 경우 카메라의 움직임도 제한적인 것을 볼 수 있었는데 후보자들을 소개할 때 사용하는 팬 기능에 한정 되었다. 인물도 착석한 상태에서 카메라의 움직임도 수평적인 움직임이 일부 나타나는 제한적인 영상 구성을 보여주고 있다.

〈표 6〉 한국 TV토론에서의 카메라 움직임

단위 : 건(%)

	PAN(L)	PAN(R)	ZOOM (IN)	ZOOM(OUT)	TILT
1차		1		1	
2차	8	2	1	1	
3차	10	18	1		

국내 TV토론 영상에서 보이지 않던 리액션샷이 이번 대선에서는 양 방송사가 모두 활용 하였는데 화면 분할은 사용되지 않았다. 수화 방송을 화면 우측 하단에서 동시에 방송하였으므로 리액션을 화면 분할로서 처리하지는 않았다.

〈표 7〉 한국 TV토론에서의 후보 리액션샷

	리액션 샷	화면 분할
1차	30	
2차	29	
3차	30	



〈그림 16〉후보 리액션샷



〈그림 17〉후보 리액션샷



## 2) TV토론의 영상 구성 (미국)

미국 TV토론에 있어서 영상구성은 비교적 다양한 사이즈의 샷으로 구성 되어 있는 것으로 나타났다. 특히 대담 방식의 1차와 3차 토론은 바스트 샷 중심으로 구성 되어 있음을 볼 수 있었는데, 서서 진행하는 1차의 경우는 웨스트 샷이 25%였는데, 앉아서 진행했던 3차 토론은 바스트 샷 중심으로 진행이 되었음을 알 수 있다. 한편 타운홀 방식으로 진행된 2차 토론은 방청객이 함께 하는 방식으로서 샷의 사이즈가 풀 샷과 니샷 등 넓은 시야를 확보하는 활동적인 샷으로 구성이 되었음을 볼 수 있었다.

〈표 8〉 미국 TV토론에서의 인물사이즈

단위 : 건(%)

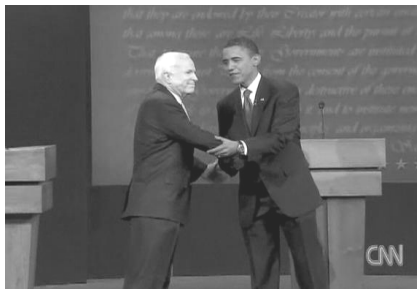
	CS	BS	WS	KS	FS
1차		158(59%)	68(25%)	6(2%)	36(13%)
2차		58(18%)	138(42%)	42(13%)	91(28%)
3차		143(73%)	31(16%)		22(11%)



〈그림 18〉 바스트샷 (BS)



〈그림 19〉 웨이스트샷(WS)



〈그림 20〉 니샷(KS)



〈그림 21〉 풀 샷(FS)

미국의 TV토론은 언제나 2인이 대결하는 경우이므로 인물 수가 비교적 균형을 보인다. 1차와 3차 토론에서 2S과 1S의 비율이 1:2의 비율을 보이는 것을 보면 잘 알 수 있다. 한편 2차 토론에서의 GS이 흥미롭다. 출연한 유권자를 포함한 다양한 모습을 보인다.

〈표 9〉 미국 TV토론에서의 인물수

단위 : 건(%)

	1S	2S	3S	GS	MS
1차	152(52%)	92(31%)	32(11%)	15(5%)	3(1%)
2차	100(36%)	38(14%)	28(10%)	92(33%)	17(6%)
3차	120(62%)	52(27%)	21(11%)		



〈그림 22〉 1S



〈그림 23〉 2S



〈그림 24〉 3S



〈그림 25〉 GS



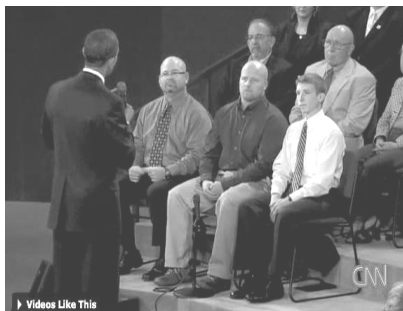
〈그림 26〉 MS

미국 TV토론에서는 시선 방향이 주로 토론 하는 상대방을 바라보거나 진행자를 향하는 것으로 나타났다. 카메라를 보는 경우는 많지 않았고 방청객을 바라보는 경우는 2차 타운 홀 방식에서만 나타났다.

〈표 10〉 미국 TV토론에서의 시선 방향

단위 : 건(%)

	카메라	준비자료	상대후보	허공(위)	허공(아래)	진행자	방청객	기타(왼쪽)
1차	29(6%)	110(23%)	93(19%)		59(12%)	125(26%)	35(7%)	33(7%)
2차	1	3(1%)	31(13%)	6(3%)	21(9%)	24(10%)	144(67%)	3(1%)
3차	26(6%)	73(16%)	131(28%)		76(16%)	134(29%)		25(5%)



〈그림 27〉 방청객 바라보는 시선



〈그림 28〉 상대후보 바라보는 시선



〈그림 29〉 카메라 바라보는 시선



〈그림 30〉 관객 바라보는 시선

〈표 11〉 미국 TV토론에서의 리액션

	리액션 샷	화면 분할
1차	33	12
2차	1	0
3차	37	33

미국 TV토론에서는 리액션이 많이 사용하고 있는데 특히 화면분할을 통하여 동시에 토론자들의 반응을 함께 알아보기도 한다. 자유롭게 리액션을 통하여 토론의 흥미를 높이고 있다.



〈그림 31〉 리액션 샷



〈그림 32〉 리액션 샷



〈그림 33〉 화면 분할

### 3) TV토론의 영상 구성 (일본)

일본은 인물 사이즈에 있어서 상당히 다양한 모습을 보이고 있다. 특히 클로즈업을 사용하는 과감한 영상을 보여주고 있다. 사용하지 않는 사이즈가 없을 만큼 다양하다. 이는 한국과 같이 착석하여 토론하는데 카메라의 움직임이 자유롭다는 것을 보여주는 결과이다.

〈표 12〉 일본 TV토론에서의 인물사이즈

CS	BS	WS	KS	FS
9	120	31	4	33



〈그림 30〉 BS



〈그림 31〉 CS

일본 TV토론에서 카메라가 잡아내는 인물의 수는 원칙이 없고, 자유롭다. 연출자의 커팅에 대한 규제나 압력이 없이 출연자의 토론을 충실하게 방송하는 모습을 보이고 있다고 할 수 있다.

〈표 13〉 일본 TV토론에서의 인물 수

1S	2S	3S	GS	MS
52%	31%	11%	5%	1%

#### 4) 영상 구성의 차이

〈표 14〉 한미일 TV토론의 영상구성의 유형별 차이

단위 : 건(%)

	CS	BS	WS	KS	FS
미국(1차토론)		158(59%)	68(25%)	6(2%)	36(13%)
미국(타운홀)		58(18%)	138(42%)	42(13%)	91(28%)
한국	1	143(64%)			81(36%)
일본	9(5%)	120(60%)	31(16%)	4(2%)	33(16%)

3국의 영상구성의 차이는 많은 표현 요소에서 보이고 있다. 특히 영상을 구성하는 요소의 사용에 있어서 그 빈도와 활용의 비교를 확인할 수 있다. 영상의 콘텐츠를 담은 양과 질에 있어서 많은 차이를 보이고 있다.

한미일 TV토론의 영상구성의 유형별 차이는 한국과 일본이 주로 바스트 샷을 중심으로 구성 되어 있다고 하겠다. 한편 미국의 영상과의 차이는 웨스트 샷의 빈도가 미국이 두 가지 방식에서 모두에서 높은 빈도를 보인다. 이는 토론자의 자세가 앉아서 토론하는 경우와 그 반대의 경우에서 나타나는 것으로 보인다. 그럼에도 불구하고 한국과 일본은 동양 문화권에 속하여 토론이 앉아서 진행 되는데도 불구하고 일본의 영상이 다양한 것을 알 수 있다.

특별하게도 일본은 클로즈업을 사용하고 있는데 한국과 미국에서 금기시하고 있는 경우와 비교할 때 텔레비전을 통하여 텔레비전을 바라보는 관점의 차이로 보여 진다. 즉 토론의 형식은 비교적 동양적이고 진지하게 진행되지만 영상표현은 텔레비전 프로그램을 중계하는 것과 별 다르지 않게 방송되고 있는 것을 볼 수 있다.

3국의 TV토론은 TV토론에 대한 기능을 다르게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 특히 영상 구성에서 보여지는 영상은 한국의 경우 카메라를 응시하는 경우가 많은 것으로 나타났는데 이는 토론 프로그램을 통하여 직접적인 메시지를 전달하려는 구성으로 볼 수 있다.

미국의 경우 카메라 보다는 관객을 바라보거나 함께 진행하는 사회자를 바라보고 진행하는 것과 대조된다. 시선 배치를 통해 볼 때 미국과 일본의 경우는 후보자들의 토론을 시청자는 프로그램을 지켜보는 방향으로 설계되어 있는데, 한국의 경우는 카메라를 바라보는 시선을 정면에 배치하여 토론 보다는 시청자와의 연결, 즉 주관적 관점에 맞게 구성되어 있다. 이러한 경우는 영상을 통한 후보들 간의 비교는

토론하는 당사자들의 모습을 통하여 전달되는데, 한국의 경우 비교적 제한된 구조를 통하여 시청자에게 다양한 시점을 전달하기 어려운 것으로 보인다. 특히 한국의 경우만 없는 2S의 문제는 토론 영상으로서 부족한 영상의 문제점을 보여 준다.

미국과 일본의 다양한 리액션은 영상적으로 많은 정보를 주고 흥미요소를 주고 있는 것으로 보인다. TV토론은 동서양 혹은 나라 간의 문화의 차이를 잘 보여준다. 우선 TV토론을 바라보는 시선이다. 한국의 경우는 TV토론을 토론의 연장선에서 바라본다. 즉 TV라는 매체는 토론을 중계만 하는 미디어로 보고 있다. TV토론을 통하여 메시지를 직접적으로 전해주어야 한다는 강박적 관점과 그 메시지가 고스란히 전달될 것이라는 오해 속에서 TV를 심각한 매체로 보고 있다. TV의 기능보다는 토론의 기능에 집중하는 것으로 보인다. 그래서 TV매체가 갖고 있는 다양한 오락적 기능을 살리지 못하고 있다.

결국 토론의 기능과 텔레비전의 기능이 부딪히는 현상이 TV토론이다. 일본의 경우는 TV토론을 방송 프로그램으로 보고 그 표현도 자유롭다. 2007년 한국의 TV토론에 참가한 후보자의 수도 같은 데도 불구하고 일본의 표현 방식은 많은 차이를 보인다.

TV토론에 있어서 공정성에 관한 관점도 영상적 차이에서 드러난다. 한국의 경우를 제외하고 기계적인 공정성을 주장하는 경우는 찾아보기 힘들다. 하지만 TV토론 방식은 우열을 가려야 하는 일은 아니다. TV토론은 미국에서 시작된 것이지만 한국에서 혹은 일본에서 동양적 문화를 통하여 소화되어 시청자들에게 전달된다. 과거의 한국의 정치 문화적 상황은 일본과 미국에 비하여 언론에 대한 나름의 시선을 갖고 있으며 이러한 보이지 않는 이유가 내면화되어서 텔레비전의 표현 방식에도 영향을 준 것으로 볼 수 있다.

## 6. 합의 및 제언

2012년 대통령후보 TV토론회를 맞는 한국은 새로운 기회를 맞을 가능성과 위기를 동시에 맞고 있다. 토론회 역사상 처음으로 일대일 소위 맞장토론이 성사될 것을 기대하고 있기 때문이다. 선거의 꽃이라는 대통령 후보 TV토론회는 역동적이고 다양한 방식을 적용하여 저조한 관심으로 인한 저조한 시청률을 단번에 만회하여 진정한 선거의 꽃으로 다시 태어 날 수 있을 것이다.

미국의 경우 초당적이고 독립적인 미국의 대선후보토론회(CDP)는 지난 8월 14일 대통령후보 토론 일정을 확정하고 대선 레이스를 본격화하고 있으며, 9월 6일 오바마는 대통령 후보 수락연설을 하였다. 미대선의 형식은 크게 변화되지 않았고 여성 사회자가 등장하는 변화를 보일 것으로 예상 된다.

중앙선거방송토론회의 그간의 노력과 변화를 위한 도전적 시도로 인하여 한국의 TV토론은 토론영상에 있어서도 발전을 거듭해왔다. 화면 분할 등을 통하여 리액션을 극복하는 경우도 대표적인 사례이다.

2012년 대통령 선거에서 변화를 통한 선진적 변화는 크게 두 가지로 나누어 제안할 수 있겠다.

첫째, 과감한 2샷의 도입이다. 전통적으로 2샷, 비교라는 토론회의 덕목을 실현하는 절대적인 영상구조이다. 후보자 두 사람을 한 화면에 넣을 수 있는 방송사와 위원회의 결단이 요구 된다. 현재의 화면 분할은 국민에게 향한 영상이라기보다는 후보자를 향하는 기호학적 의미가 지나치다.

둘째, 새로운 리액션의 도입이다. 미 대선처럼, 타운홀 방식의 도입으로 시청자(출연자,방청객)이 질문하고 그 리액션을 답는 필요성이 요구 된다.

셋째, 인물의 움직임을 통하여 보다 생동감 있는 모습이 필요하다. 물론 미국의 경우처럼 반드시 일어서서 하는 무조건적 흡수는 지양해야 할 듯하다.

결국, 이 시대의 정신이라고 하는 참여와 비교, 역동성이라는 새로운 개념을 토론회에 대입해야할 때이다.

텔레비전은 감성적이고 오락적인 매체의 특성으로 인하여 시청자들을 모으는 영향력이 있다. 한편 토론은 이성적이지만 논쟁의 흥미로운 요소는 인간의 생활을 발전시킨다. 2012년 대선후보 토론회는 정반합의 논리가 어우러지는 현명한 이벤트가 되기를 꿈꾼다.

## ■ 참고문헌

- 강상욱·이호은 (2006). 『영상학 서설』. 커뮤니케이션북스.
- 강원택 (2003). 『한국의 선거 정치: 이념, 지역, 세대와 미디어』. 푸른길.
- 구교태·김관규·이준웅 (2007). 선거방송토론의 효과에 대한 연구 : 2006년 대구시장 후보 토론방송을 중심으로, 《한국언론학보》, 51권 2호.
- 권혁남 (2006). 『미디어 선거의 이론과 실제』. 커뮤니케이션북스.
- 박상호 (2007). 국내 선거 관련 커뮤니케이션연구 개관. 《커뮤니케이션이론》, 3권 1호, 43~48.
- 신현숙·박인철 (2006). 『기호, 텍스트 그리고 삶』. 도서출판 월인.
- 안미라 (2006). 『미디어 문화론』. 커뮤니케이션북스.
- 이강형 (2003). 후보의 텔레비전 토론이 유권자의 '후보 이미지 지각'에 미치는 영향력에 관한 유사실험 연구. 《한국언론학술논총》, 279~324.
- 이강형 (2004). 대통령 후보의 텔레비전 토론이 후보 이미지 변화에 미치는 효과: 제16대 대통령 선거 후보토론회 패널 조사 연구. 《한국언론학보》, 12권 1호, 253~297.
- 이강형·김춘식·양승찬·권혁남 (2004). 후보 결정에 대한 TV토론의 영향력에 있어서 정치 환경의 역할: 제17대 국회의원 캠페인. 《방송학보》, 18권 3호, 51~90.
- 이남기 (2001). TV토론에 나타난 후보자의 수사학적 전략에 관한 연구-제15대 대통령 선거 TV토론을 중심으로-, 성균관대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이상엽 (2008). 『미디어철학』. 북코리아.
- 이상철 (2002). “선거 토론과 민주주의: 토론, 텔레비전, 선거, 대통령, 그리고 유권자”, 전문가 토론회, 대통령 후보 TV토론 어떻게 할 것인가?, 한국방송영상산업진흥원.
- 이종수 (1997). “TV토론회 개선할 점 많다”, 《저널리즘비평》, 22권, 6~11
- 이준웅 (1999). 텔레비전 토론의 정치적 영향력: 제 15대 대통령 선거를 중심으로. 《한국방송학보》, 12권 1호, 253~297.
- 이준웅 (2003). 텔레비전 토론이 후보 이미지, 이슈 근접성, 후보에 대한 태도에 미치는 영향. 《성곡논총》, 34권 하권, 285~330.
- 이준웅·김관규·구교태·최민석 (2006). 바람직한 선거방송토론 모형 개발, 《한국언론학회 연구보고서》, 한국언론학회, 1~103.
- 이진로 (2002). “한국 대통령선거의 TV 토론 포맷 연구”, 《2002년 가을철 정기학술대회 학술대회 발표논문

- 문집》, 한국언론학회, 515~529.
- 이호영 · 이호은 · 윤성옥 (2008). 『현대정치와 미디어선거』. 도서출판 물레.
- 이효성 (2006). “선거방송 보도의 영상테크닉 분석: 2006년 5.31 지방선거 보도를 중심으로”, 《2006년 가을철 정기학술대회 학술대회 발표논문집》, 한국언론학회, 207~234.
- 임태섭 (2000). 텔레비전 토론의 포맷과 절차에 대한 비교 연구, 《커뮤니케이션학 연구》, 제9호, 198~224.
- 전영란 (2007). TV토론에 나타난 선거캠페인 수사에 관한 분석 - 대통령 선거와 서울시장 선거를 중심으로. 한국외국어대학교 대학원 신문방송학과 박사학위논문.
- 조종혁 (1992). 『커뮤니케이션학』. 세영사.
- 조종혁 (1994). 『커뮤니케이션과 상징 조작』. 성균관대학교출판부.
- 조종혁 (1998). 『현실과 신화』. 외국어대학교출판부.
- 조종혁 (2006). 텔레비전 리얼리즘과 담론, 《커뮤니케이션학연구》, 14-1, 5~27.
- 조종혁 (2008). 비언어적 형태의 서술과 프레이밍, 《커뮤니케이션학연구》, 16-1, 101~122.
- 정성호 (2003). TV 토론이 유권자의 인지변화에 미치는 영향에 관한 연구: 제16대 대통령 선거 TV 토론을 중심으로. 《한국언론학보》, 47권 3호, 221~248.
- 대통령선거방송토론위원회 (2003. 4). 제16대 대통령선거 후보 초청 합동토론회 녹취록.
- 중앙선거관리위원회 (1994·1997·2004·2005). 《공직선거 및 선거부정 방지법》.
- 중앙선거관리위원회 (2002. 12). 《제3회 전국지방동시선거총람》 1~5권.
- 중앙선거관리위원회 (2004. 2). 《정치관계법 개정법률(안)》 .
- 중앙선거방송토론위원회(2008. 5). 2007 선거방송토론백서.

#### 【영문자료】

- Benoit, W. L. (1999b). Acclaiming, attacking, and defending in presidential nominating acceptance
- Benoit, W. L., & Harthcock, A. (1999). Functions of the great debates: Acclaims, attacks, and defenses in the 1960 presidential debates. *Communication Monographs*, 66, 341~357. addresses. *Quarterly Journal of Speech*, 85, 247~267.
- Benoit, W. L., & Brazeal, L. M. (2002). A functional analysis of the 1988 Bush-Dukakis presidential debates. *Argumentation & Advocacy*, 38, 219~233.
- Bourdieu, Pierre(1996), Sur la Télévision, 현택수, 『텔레비전에 대하여』, 1998.
- Carlin, D. P. (1992). “Presidential debates as focal points for campaign arguments”. *Political Communication*, 9, 251~265.
- (2002). “Making it happen : Debate Sponsorship and System, Communicating the Presidency : Televised Debates and Campaign News Coverage”, Seminar for Communicating the Presidency : Televised Debates and Campaign News Coverage, Korean Broadcasting Institute.
- Fisk, J. (1987), *Television Culture*, London: Routledge.
- Harold, I. V.(1998). *Entertainment Industry Economics : A Guide for Financial Analysis*, 4th, New York: Oxford University Press.
- Kraus, S. (2000). *Televised presidential debates and public policy*. Mahwah, NJ: LEA publishers.
- Khang, H. K. (2005). *Cross cultural study on videostyle of televised political TV spots and presidential debates between the U.S. and South Korea*, Univ. of Florida.
- Kinder, D, R. (1986). “Presidential character revicited”. In R. R. Lau & D. Sears(Eds.), *Political cognition : The 19th annual Carriges symposium on cognition*. Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum, 223~255.



- Lang, G. E., & Lang, K. (1984). The formation of public opinion : Direct and mediated effects of the first debate. In G. F. Bishop, R. G. Meadow, & M. Jacson Beeck, (Eds.), The presidential debates: Media, electoral, and policy perspectives, New York; Praeger, 61~80.
- Ornstein, Robert. (1989). Mulyimedia. NY. Anchor Books.
- Siegel, R, S. (1984). Effect of partnership on the perception of political candidates. Public Opinion Quarterly, 28, 483~496
- Jamieson, K, h. (1987). "Television, presidential campaigns, and dedtes", In J. Swerdlow(ed). Presidential debates : 1988 and beyond. Washington, D. C. : Congressional Quarterly.
- Jamieson, K. & Birdsell, D. (1988). Presidential debates: The challenge of creating an informed electorate, New York: Oxford University Press.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B, & Gaudet, H. (1948). The People's Choice, N.Y. Columbia Univ. Press.
- McLuhan, Marshall(1962), The Gutenberg galaxy: The making of typographic man, Routledge & Kegan Paul.
- \_\_\_\_\_ (1964), Understanding media. Methuen.
- \_\_\_\_\_ & Quentin, Fiore(1967), The medium is the message, 김진홍(1995), 『미디어는 마사지다』, 열화당.
- Tiemens, R. K.(1978). Television's portrayal of the 1976 presidential debates: An analysis of visual contents, Communication Monographs, 45, 362-370.

## 제3주제

(16:30~17:20)

### 18대 대통령선거 경선 TV토론 무엇이 문제인가?

발제: 정성호(동명대학교)

# 18대 대통령선거 경선 TV토론 무엇이 문제인가?

정성호(동명대학교 광고홍보학과 교수)

## 1. 들어가는 말

현대의 민주 정치는 토론을 수반하도록 되어 있으며 의견을 달리하는 많은 사람들이 공평하게 토론에 참여할 수 있도록 보장해 주는 공개적인 의사표시의 장을 필요로 한다. 토론이란 공식적 상황에서 특정한 주제에 관해 상호 배타적인 입장으로 구체화된 참가자들이 체계적으로 주장을 펼치는 모든 과정을 포함하는 것이다. 양측 토론자들은 자신의 요점을 제시하고 반대측 토론자의 반론에 응답하는 데 동일한 시간과 기회를 가지는 것인데, 토론자들이 상대방의 견해를 바꾸고자 노력하지 않고 제삼자(청중)의 의사결정에 영향을 미치고자 노력하는 것이다(Jensen, 1981).

이러한 TV토론이 국내의 선거전에 도입될 시기에는 TV토론에 대한 관심도는 매우 높았다. 또한 15대 대통령 선거부터 본격화된 선거방송토론의 시청율은 40%를 넘는 폭발적인 시청율을 기록하며 TV토론이 선거전에 지대한 영향력을 행사하였다. 이후 정당별 '경선'에서부터 적극적으로 활용되어 왔으나 점차 TV토론의 형식과 내용이 천편일률적이어서 유권자로부터 관심도가 떨어지는 등 심지어는 2%대의 시청율을 기록하기도 하고 있다. 그러나 아직도 토론형식의 변화는 이루어지지 않고, 내용에 있어서도 본래의 목적을 상실한 채 흥미 위주의 토론이나 후보자를 희화화하는 구성과 내용의 TV토론이 이루어지고 있다. 즉 TV토론으로부터 얻고자하는 후보자의 능력이나 자질 및 정책에 대한 평가는 없는 토론이 진행되고 있다.

TV토론의 도입 초기에는 한 방송사에 따르면, 후보결정에 TV 토론이 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위해 여론 조사를 실시한 결과, 응답자의 60%가량이 TV 토론 시청 후 결정한다고 대답한 것으로 드러났으나, 시청율 2%대로 추락한 현실에는 그 기능이 현저히 낮아지고 있다고 보여진다.

최근 각 방송사의 선거관련 TV토론 형식과 내용을 보면 이러한 유권자의 관심을 높이기 위해 노력을 기울이는 흔적은 보이고 있다. 그러나 본질적인 측면의 노력보다는 흥미를 자극하고 시청율을 높이는 형식으로 포맷을 정하는 과정에 단순 이미지와 후보자를 희화화 하는 형식으로만 진행되고 있다.

TV토론의 본질은 후보자의 자질과 정책을 알리고 검증하는 토론이어야 함에도 그러한 형식은 뒤로하고, 개인적 사생활 검증이나 네거티브적인 토론으로 변질하고 있다. 이를 극복하는 방안이 모색되어야 할 시점에 와 있다고 본다. 그 구체적 방안으로는 방송사 자체의 스튜디오에서 다양한 포맷으로 정책토론을 할 수도 있고, 스튜디오가 아닌 외부에서 유권자들이 직접 참여할 수 있는 타운 홀 방식으로 진행하여 지도자의 리더십과 비전을 알 수 있도록 하는 토론으로 변화를 모색 해야 할 것이다.

시사토론도 보면 단순히 찬성과 반대의 방식으로 구성되어 있기 때문에 논점을 단순화해서 시청자가 이해하기 쉬운 장점은 있으나, 복합적인 쟁점을 단지 두 가지 관점에서만 보도록 강요함으로써 양극단 사이에 가능한 다양한 타협과 조화의 가능성을 애초부터 배제하는 구조적 문제를 갖고 있다.

또 다른 형식의 TV토론은 스튜디오 안에 병풍처럼 배치되는 방청객의 동원 양식이다. 시민논객이라고 부르기도 하는 이러한 방청객 배치 관행은 주요 방송 3사가 모두 사용한다. 이 제도는 다양한 시민들이 직접 스튜디오에 나와서 자신들의 의견을 제시할 수 있는 공간을 제공하는 장점은 있다. 그러나 그들이 개인별로 사용가능한 시간이 지극히 제한적이기 때문에 시청자들에게 이들은 방청객으로 비쳐질 뿐이다. 또 시민논객은 어떻게 초청되는가가 투명하지 않기 때문에 자칫 특정 집단의 생각을 조직적으로 표현할 기회를 제공하는 위험성도 배제하기 어렵다. 시민의 스튜디오 토론 참여를 원하면 차라리 참석자 모두가 자유롭게 의견을 개진하는 미국식 공개토론인 ‘타운 홀 미팅’ 방식을 택하는 편이 더 좋다. 토론은 민주주의 현주소라는 점에서 TV토론 형식에 대한 방송사들이 새로운 TV토론 형식을 도입하는 계기를 마련해야 할 시점이다.

지금까지 실행해 오고 있는 국내 TV토론의 사례를 보면, 평상시에 이루어지는 방송사별 시사토론과 선거 때 실시되는 TV토론이 있다. 이들 TV토론의 주요한 문제는 토론형식, 내용, 사회자 등이 있을 수 있다. 토론의 형식은 천편일률적이고, 내용구성은 기계적인 답변을 요구하는 형식이고, 사회자는 공평한 진행자이기 보다는 마치 평론가적인 개입으로 특정 의견을 개진하는 등의 문제를 안고 있다.

18대 대통령선거를 앞두고 여야 후보자 선출과정에 필수적인 수단으로 TV토론을 도입하여 진행하고 있다. TV토론을 통해 유권자는 후보자의 자질이나 능력 등을 평가할 수 있도록 하여야 한다. 그러나 국내에서 진행되는 TV토론은 상대방을 적으로 간주하고 공격하는 네거티브 토론이 주를 이루고 있다. 이러한 측면은 방송사도 일조를 하고 있는 상황이다.

최근 18대 여야 경선후보 TV토론의 형식과 내용을 통해 나타난 경선 토론의 문제점을 밝혀 올바른 방향을 찾아보고자 한다.

## 2. TV토론의 역사

### 1) 미국의 대선 후보 토론

선거에 텔레비전(TV) 토론이 도입되기 시작한 건 1956년 미국에서다. 대통령 선거를 앞두고 민주당 내 경선을 위한 TV토론이 <에이비시>(ABC) 방송 주관으로 마이애미 지역에서 처음 진행됐다. 1959년 커뮤니케이션법의 ‘동등시간 원칙<sup>1)</sup>’에 예외를 둘 수 있도록 법이 개정돼 다음 해 유명한 케네디와 닉슨의 맞대결 방송 토론이 벌어졌다. 진실한 뉴스 이벤트인 경우 모든 후보자에게 동등시간을 배정하지 않아도

---

1) 1975년 아스펜규정(Aspen ruling)에서는 “만약 비 방송업체들(nonbroadcast entities)에 의해 주최되거나, 완전히 생방송으로(in their entirety live) 보도된다면” 군소정당의 입·후보자에게 동등시간을 할애하지 않아도 된다고 밝혔다. 이는 실질적으로 TV토론을 커뮤니케이션법 제 315조 ‘동등기회조항’에서 면제시켰다. 1984년 겔러규정(Geller ruling)에서는 방송업자에 의해 후원되는 토론을 허용했다. 이 규칙에 의해 1984년부터 방송사들은 각 당의 예비선거(primary election)과정에서 대통령 후보 경선자들을 대상으로 TV토론회를 개최해 오고 있다.

되도록 예의를 인정함에 따라, 두 사람만의 대토론(Great Debates)이 성사될 수 있었다.

당시 두 후보자만의 토론회가 4회 연속의 시리즈로 방송되면서 선거에 큰 영향을 미쳤다. 당시 조사에 따르면 TV토론회를 본 유권자는 케네디가 잘한 것으로 본 반면, 라디오로 토론회를 들은 유권자는 닉슨에게 호평을 했다고 한다. TV에 비친 닉슨의 이미지가 시청자들에게 부정적으로 작용했다는 분석이 뒤따랐다.

최근 미국 대통령선거 TV 토론회의 경우 미국 정부와 정당, 후보 측으로부터 일체의 지원을 받지 않는 독립기구인 미 대통령선거 토론위원회(CPD: Commission On Presidential Debates)가 주관한다.

미국 대통령선거 TV토론은 철저한 정책 우선의 TV토론으로 진행되고 있다. 후보 검증의 경우도 정책과 자질에 대한 내용을 토대로 지도자로서의 자질과 능력을 평가하도록 하는 형식을 취하고 있다. 예를 들면 2004년 미국 공화당 경선 TV토론에서 케리 후보가 “부시 대통령은 단독으로 이라크 전쟁을 개시했다”는 비난을 제기하자, 부시 대통령은 이날 사회를 맡은 ABC 앵커 찰스 킵슨의 발언을 끊고 케리 후보에게 영국 총리와 이탈리아 총리에게 그들의 참여가 없었는지 물어 볼 것을 요청했다. 케리 후보의 상원 활동 기록에 대한 논점에서, 부시 대통령은 계속해서 케리 후보에게 “당신은 출마할 수는 있으나, (과거 기록을) 숨길 수는 없다”고 말했다. 부시 대통령은 케리 후보에게 “당신이 정치 때문에 자신의 결정을 바꿀 수 있다면, 전시중이나 불확실의 순간에 어떻게 나라를 이끌어 갈 수 있을지 모르겠다”고 말했다. 한 유권자가 ‘케리 후보는 이랬다 저랬다 우유부단해 보인다’는 질문을 제기하자, 케리 후보는 이라크 문제를 인용하며 이 질문에 답했다.

여기에서 나타난 토론의 내용을 보아도 개인적 사생활의 검증이 아니라 국가적 정책에 대한 후보자의 생각을 읽을 수 있는 토론을 통해 유권자는 지도자로서의 자질과 능력을 평가할 수 있도록 하고 있다.

또 다른 토론은 2007년 미국 민주당 대선 경선의 경우 온라인 공간에서 비디오 공유로 돌풍을 일으키고 있는 ‘유튜브’와 케이블방송인 <시엔엔>이 공동주최한 민주당 대선주자 토론회이다. 즉 인터넷, 특히 온라인 비디오의 ‘정치 혁명’으로 불리는 토론이었다. 1960년 리처드 닉슨과 존 에프 케네디의 토론에 텔레비전이 도입된 이후 새 매체에 의한 최대의 변화로 기록될 것으로 보인다. 이는 오늘날 매체 환경의 변화로 인해 다양한 뉴미디어 매체를 이용한 토론이 진행될 가능성을 보여주고 있으며, 실제 새로운 채널과 매체를 이용한 토론이 이루어지고 있다.

사우스캐롤라이나 찰스턴에서 열린 온라인 토론회는 언론인이나 전문가들이 패널로 참여했던 기존 토론회와 진행 방식에서도 큰 차이를 보였다. 2시간 동안 후보들에게 제시된 30여 개의 질문은 유튜브 사용자들이 사전에 응모한 2,300개 이상의 비디오 클립 가운데 <시엔엔> 정치팀이 엄선한 것들이었다. <시엔엔>이 질문을 사전 선정한 데 대해 유튜브 이용자들의 반발이 없지 않았지만, <시엔엔>은 칸영화제의 방식을 채용해 격리 생활한 비디오 선정팀이 질문들을 선정했다고 밝혔다.

웹캠 등 다양한 기구를 활용해 제작한 비디오 속의 질문은 이라크전과 전국민 의료보험 등 주요 현안에 관한 게 많았다. 그러나 그동안 대선 토론회에선 제기되지 않았던 어린이 성교육, 동성애 결혼 등에 관한 질문도 적지 않았다. 노래로 세금 문제를 제기한 질문자, 눈사람으로 등장해 지구온난화에 대해 질문한 사람, 방사선 치료로 머리카락이 하나도 남지 않는 암환자, 자동소총을 ‘애기’라고 부르며 총기규제 문제를 제기한 젊은이 등 파격적이거나 재기 넘치는 새 질문 방식은 신선한 관심을 끌었다.

진보적 정치인들에게 새 미디어 활용을 권장해온 피터 레이든은 “<시엔엔>이 질문을 사전 선정한 것

은 신구매체의 장점을 최대한 활용한 좋은 첫 출발”이라며 “평균적인 미국인들뿐 아니라 인터넷 환경에서 성장한 젊은 세대의 정치 참여를 높인 새로운 접근 방법”이라고 평가했다. 형식 파괴에 비해 토론에 참여한 토론자들의 태도에는 큰 변화가 없었다는 비난도 없지 않았다.

분명 현재 TV토론에 대한 이상적인 방안에 대한 표준적인 정답은 없지만 새롭게 형식과 내용을 보완해야 한다는 것은 분명하다고 보아진다.

## 2) 우리의 TV토론

언론매체가 발달한 현대사회에서 각종 선거의 후보자나 정당에 대한 정보는 언론매체가 전달하는 정보에 크게 의존할 수밖에 없다. 언론기관이 그려주고 전달해주는 대로 정당을 판단하고 후보자를 평가하게 된다. 지난 15대 대통령선거 때 실시된 여론조사 결과 선전벽보나 현수막, 홍보인쇄물 및 거리연설 등의 방법은 그 실효성 측면에서 효과가 매우 적은 것으로 나타난 반면, 방송이나 신문 등의 언론매체는 일시에 많은 사람에게 후보자를 알리고 홍보하고 유권자가 후보자를 인식하는데 가장 효과적인 방법인 것으로 나타났다(중앙선거관리위원회, 2002). 과거, 정치의 중심 역할을 하였던 정당을 비롯한 정치기구들의 중요성이 상대적으로 감소하면서, 오늘날 정치인들은 자신의 정치 목적을 달성하기 위해서라도 미디어를 통한 정치행태가 필수적인 일이 되어버린 것이다. 이처럼 미디어에 의한 정보 의존도나 역할은 무한히 성장하였다.

한마디로 이제는 미디어가 시, 공간을 뛰어넘을 뿐만 아니라 정치적 현실까지 초월하고 있다는 것이다. 같은 맥락에서 현실(realities)은 미디어리티(medialities), 정치화(politicization)는 미디어화(media-lization), 정치논리(political logic)는 미디어 논리(media logic), 정치적 지배(political rule)는 미디어에 의한 지배(mediarchy)로 대체된다.

우리나라의 ‘선거 TV토론’ 역사는 그다지 길지 않다. 선거법에 명문화해 도입된 게 1995년 지방선거 때, 대통령 선거는 1997년이 처음이다. 나름의 매스미디어 선거의 시작점이다. 그러나 아직 ‘토론’이 성패를 갈랐다는 얘기는 들리지 않는다. 치열한 공방이나 토론다운 토론이 펼쳐지기보다 두루뭉술하게 넘어가는 경향이 많은 탓이다.

우리 선거 역사에서 TV 토론이 선거 결과에 큰 영향을 미친 대표적 사례는 1995년 서울시장 선거다. 여당이던 민자당의 정원식 후보와 민주당 조순, 무소속의 박찬중 후보가 맞붙은 6월18일 <서울방송>주최 TV 토론에서 ‘유신 찬양 기고’에 대한 조 후보 쪽 질문이 “합의 위반”이라며 박 후보가 토론을 거부하는 장면이 그대로 시청자들에게 노출됐다. 직전까지 높은 지지율로 당선을 기대하던 박 후보는 민주당의 집중공세 속에 9일 뒤 치러진 선거에서 33.5%의 득표율로 42.4%를 얻은 조 후보에게 패했다. 1997년 15대 대통령선거의 TV토론은 김대중 대통령 탄생의 주요인으로 여겨지기도 한다. 과거 김대중 대통령의 이미지를 일신하는 계기가 되었으며, 준비된 대통령으로서의 평가를 내리게 하는 역할을 하였다는 것이다.

18대 대통령선거를 앞두고 후보 간의 TV 토론이 여러 차례 실시될 것으로 예상된다. 이미지 정치란 비판도 있지만, 돈이 적게 들고 정책선거로 이끌 수 있다는 장점도 크다. 그러나 지금까지의 TV토론에 대한 형식과 내용을 보면 많은 문제점이 나타나고 있다. TV토론은 과거 조직선거, 금권선거를 지양하고 보다 건전한 선거문화와 유권자의 알권리를 충족하고자 하는 차원에서 법으로 도입한 제도이다. 이러한 TV토론이 단순한 형식에 얽매어 후보자를 알리는 역할을 제대로 못하고 있는 상황이 이어지면서 유권자

로부터 외면당하고 있다.

선거법 82조2항은 대통령 선거와 시도지사 선거에서 후보자 텔레비전 토론회(대선 3회 이상, 시도지사 선거 1회 이상)를 공영방송사(KBS와 MBC)가 개최하도록 했다. 그리고 토론회에 관한 자세한 사항은 새롭게 만들어진 '토론위원회'에서 정하도록 규정했다. 토론위원회는 원내교섭단체를 구성한 정당, 방송사, 방송학회, 변호사협회, 시민단체 등에서 추천하는 인사로 구성하도록 규정했다. 한시적 기구로 마련된 토론위원회는 토론에 초청할 후보의 선정기준으로 다음의 두 가지 조건 중 하나 이상 충족시키는 경우로 하였다. 1) 원내교섭단체를 구성한 정당의 후보 2) 3개 이상의 종합일간지와 두 공영방송사가 조사하여 보도한 후보 등록이전 20일간의 여론조사 결과 평균 5%이상의 지지를 받은 후보. 이런 기준에 해당되지 않는 후보자에 대해서는 별도의 대답이나 토론의 기회를 부여하도록 의무화했다. 5%라는 수치는 토론위원회가 구성된 후 2010년 시도지사 선거에서 처음으로 지지율 10%를 5%로 낮춘 것이다.

미국의 TV토론의 사례에서 본 바와 같이 특정의 표준화된 형식과 내용은 없다. 하지만 국내 방송사 초청 토론의 경우 TV토론의 본래적 목적을 잘 이해하고 TV토론이 진행되어야 함에도 불구하고, 방송사의 자의적 판단에 의해 일방적 포맷과 내용으로 구성되고 있다는 것이다. 지도자의 자질 검증보다는 개인적 네거티브나 후보자를 희화화 하는 토론으로 전락하고 있다. 이러한 문제점은 TV토론을 구성하고 진행하는 당사자들의 의식의 변화와 토론에 대한 인식 전환도 필요할 것이다.

### 3. 토론의 내용과 형식

#### 1) 토론 내용

##### 가. 새누리당 경선 내용

새누리당의 18대 대통령선거 경선은 방송3사의 공동으로 하는 토론 1회와 각 방송사별 1회씩으로 진행하고자 했으나, KBS의 경우 비박의 불참으로 진행하지 못했으며, MBC 100분토론 특집과 SBS 시사토론 팀이 진행하는 토론, 청주방송(CJB)에서 실시하였다. 인터넷 신문사인 데일리안에서도 토론을 인터넷으로 중계하였다.

이들 18대 대통령선거 새누리당 경선 TV토론의 내용을 보면 다음과 같다.

우선 2012년 7월 24일 방송3사 공동 TV토론은 사회자 공통질문, 자유토론, 주도권토론, 상대후보지정 질문, 답변, 자유토론, 맺는말 순으로 진행하였다.

○ 2012. 7. 24(화) 새누리당 5명(107분 40초)

진행방식	내 용	소요시간
워밍업	○ 지금 생각나는 단어 • 사회자 질문(30초) ➡ A/B/C/D/E 후보자 (각 20초)	1분40초
사회자 공통질문	○ 대통령 리더십에 대한 철학 3가지 • 사회자 질문(30초) ➡ A/B/C/D/E 후보자 (각 2분)	10분30초
자유토론 I	○ 각 후보가 보는 시대정신과, 구현방안 • 사회자 질문(30초) ➡ B/C/D/E/A 후보자 (각 2분)	10분30초

주도권토론	○ 자유토론 I 주제 (한 후보가 주도권 쥐고 토론진행) • 사회자 설명(30초) ➡ C/D/E/A/B 후보자 (각 4분)	20분30초
상대후보지정 질문·답변	○ 자유주제 (후보로부터 지명) • 사회자 설명(30초) ➡ D/E/A/B/C 후보자 (각 2분30초) • 질문(30초) ➡ 답변(1분) ➡ 반론(30초) ➡ 재반론(30초)	13분
자유토론 II	○ 이명박 정권 공약 평가(무엇을 계승하고 무엇을 버릴 것인가?) • 사회자 질문(30초) ➡ E/A/B/C/D 후보자 (각 3분)	15분30초
사회자 공통질문	○ 인사(人事)철학의 원칙과 기준은? (청와대 주요직책을 임명한다면?) • 사회자 질문(30초) ➡ A/B/C/D/E 후보자 (각 1분)	5분30초
자유토론 III	○ 경제민주화에 대한 입장과, 추진우선순위 및 반발에 대한 대책은? • 사회자 질문(30초) ➡ B/C/D/E/A 후보자 (각 5분)	25분30초
맺음말	○ 각 후보자 마무리 연설 • C/D/E/A/B 후보자 (각 1분)	5분

주관방송 : 주관 KBS(3사중계), 사회자 : 정관용(한림국제대학원대학교 교수)

새누리당 18대 대통령선거 경선 방송사 3사 합동 TV토론의 형식을 보면, 기존의 기계적 형식으로 있다. 뿐만 아니라 내용도 후보자에 대한 네거티브적 토론으로 유권자들에게 지도자적 자질을 평가할 수 있는 내용으로 토론이 진행되지 못하고 개인적인 사생활 등에 중점을 두고자 하는 토론이었다고 보인다. 또한 사회자의 균형 잡힌 사회가 아니라 다분히 개인적 생각을 코멘트하여 토론의 본질적인 흐름을 막는 등 특정 후보자에게는 불리한 시간 관리 등 사회자 자질에 문제가 제기되기도 한 토론이었다. 주도권토론의 경우 주제 없이 자유롭게 하는 것은 큰 문제로 지적되기도 했다. 주제가 없는 관계로 후보자 개인적인 문제에 치중하는 토론이 진행되어 결국 네거티브로 흐르는 것을 막을 수 없었다는 것이다. 너무 많은 내용을 보여주기 보다는 특정 이슈를 가지고 견해를 피력하거나 공방을 할 수 있도록 하는 토론을 이끌 수 있도록 준비를 할 필요가 있을 것으로 보인다.

두 번째는 청주방송 새누리당 경선 TV토론도 비슷한 양상을 보이고 있다. 형식은 기초연설, 공통질문, 정치현안 상호토론, 공통질문, 상호토론, 끝인사로 진행되었다.

○ 2012. 8. 8(수) 새누리당 5명(100분)

진행방식	내 용	소요시간
오프닝	○ 사회자(후보소개) • 사회자 질문(1분) ➡ A/B/C/D/E	1분
기초연설	○ 후보 출마의 변(주요공약 포함) • 사회자 질문(30초) ➡ A/B/C/D/E(각 1분)	5분 30초
공통질문	○ 주제 : 이명박 정부에 대한 평가 • 사회자 질문(30초) ➡ B/C/D/E/A (각 1분)	5분 30초
정치현안 상호토론	○ 주제 : 대통령 리더십 - 한 후보가 6분 씩 한 후보가 주도권을 갖고 상호토론 - 2명 이상의 상대후보와 토론해야함 • 사회자 질문(30초) ➡ C/D/E/A/B(각 6분)	32분 30초
공통질문	○ 주제 : 지역균형발전과 세종시의 미래에 대한 후보들의 견해	5분 30초



	• 사회자 질문(30초) → D/E/A/B/C(각 1분)	
공통질문	○ 주제 : 열악한 지방재정 해결을 위한 방안은 • 사회자 질문(30초) → E/A/B/C/D (각 1분)	5분 30초
상호토론	○ 한 후보가 주도권을 갖고 지정 주제 없이 토론하고 싶은 이슈를 내세워 토론(2명 이상 지명가능) • 사회자 질문(30초) → A/B/C/D/E(각 6분)	32분 30초
끝인사	○ 마무리 인사 • 사회자 질문(30초) → B/C/D/E/A (각 1분 - 1분 30초)	7분
MC 클로징	사회자	1분

주관방송 : 청주방송(CJB) 사회자 : 황현구(CJB 보도국 취재1팀장)

지역방송사의 TV토론은 지역의 이슈를 제기하여 후보자의 자질을 평가하는 문제는 의의가 있었으나, 청주방송도 포맷에 나타난 주도권토론에서 개인적인 문제를 네거티브 토론으로 이어지게 하는 결과를 초래하여 정책토론으로 이어지게 하는데 한계를 보이고 있다는 것이다. 정책과 후보자 자질을 평가하는 토론이 되게 하기 위해서는 각 방송사의 토론 준비 과정에 많은 시간과 노력으로 진정한 정책토론이 될 수 있도록 하는 준비가 철저히 이루어져야 할 것으로 보인다.

MBC 100분토론 특집으로 진행된 새누리당 경선 TV토론도 크게 다르지 않은 모습이었다. 형식은 모두 발언, 사회자 공통질문, 검증청문회, 자화자찬, 사회자 개별질문, 주도권토론, 마무리발언으로 진행되었다. MBC의 준비과정이 짧은 탓도 있지만 검증청문회와 주도권토론이 주제가 없으므로 인해 정책 토론으로 진행되지 못하고, 개인적인 문제를 주제로 하여 네거티브 토론으로 전락하고 말았다는 것이다.

○ 2012. 8.14(화) 새누리당 5명(68분30초)

진행방식	내 용	소요시간
모두발언	○ 각 후보의 모두발언 (후보자가 제작한 동영상 시청) • 사회자 설명(30초) → A/B/C/D/E 후보자 (각 30초)	3분
사회자 공통질문	○ 롤 모델로 삼는 정치인과 그 이유는? • 사회자 질문(30초) → B/C/D/E/A 후보자 (각 45초)	4분15초
검증 청문회	○ 자유주제 • 사회자 설명(30초) → C/D/E/A/B 후보자 (각8분) ※ 한 후보에게 나머지 4명의 후보가 각2분간 질의·답변	40분30초
자화자찬	○ 자유주제 • 사회자 설명(30초) → 기호순 후보자 (각30초)	3분
사회자 개별질문	○ 봉인된 개별 질문(정치·경제·사회·안보·문화) 5개중 1개를 후보자들이 순서대로 골라 답변 • 사회자 질문(30초) → D/E/A/B/C 후보자 (각 45초)	4분15초
주도권 토론	○ 자유주제 (한 후보가 주도권 쥐고 토론진행) • 사회자 설명(30초) → E/A/B/C/D 후보자 (각 2분) ※ 상대후보 1명 이상을 지명, 최소한의 답변시간 보장	10분30초
마무리발언	○ 맺음말 • 사회자 설명(30초) → A/B/C/D/E 후보자 (각 30초)	3분

주관방송 : MBC 문화방송, 사회자 : 신동호 (MBC아나운서)

MBC 초청 새누리당 대통령선거 경선 후보 100분 토론은 더욱 문제로 나타나고 있다. 후보자 검증 청문회라는 형식을 띠고 있는 내용에서 국가지도자의 리더십이나 비전을 평가하는 검증이 아니라 개인적

사생활을 토론하도록 하는 장을 마련해 주는 양상으로 변질되었다. 이는 방송사가 프로그램을 흥미롭게 구성하기 위해 흥미위주의 구성만을 생각한 포맷이라고 보아진다.

SBS 시사토론에서 진행한 새누리당 경선 TV토론도 마찬가지로 상황이 연출되고 말았다. 형식은 사회자 공통질문, 집중정책검증 토론, 사회자 개별질문, 주도권토론, 마무리발언으로 구성되어, MBC 형식과 크게 차이가 없었다.

○ 2012. 8.17(금) 새누리당 5명(94분)

진행방식	내 용	소요시간
사회자 공통질문	○ 현재까지 진행된 새누리당 대선후보 경선 토론회에 대한 평가 및 오늘 토론에 임하는 각오는? • 사회자 질문(30초) → A/B/C/D/E 후보자 (각 30초)	3분
집중 정책검증 토론	○ 특정후보 상대로 나머지 네 후보들이 정책에 대해 집중 질문 • 사회자 안내(30초) → B/C/D/E/A 후보자 (각 8분) ※ 질문1분, 답변1분 시간 보장	40분30초
사회자 개별질문	○ 봉인된 개별 질문 6개를 생방송 토론 중 현장공개 후보자들이 순서대로 골라서 답변 • 사회자 안내(30초) → C/D/E/A/B 후보자 (각 1분)	5분30초
주도권토론	○ 자유주제 • 사회자 안내(30초) → D/E/A/B/C 후보자 (각 8분) ※ 상대후보 2명 이상을 지명, 질의시간 1분, 답변시간 1분 보장	40분30초
마무리발언	○ 맺음말 • 사회자 설명(30초) → E/A/B/C/D 후보자 (각 30초)	4분30초

주관방송 : SBS 서울방송, 사회자 : 김형민 (SBS앵커)

SBS의 경우는 더욱 더 문제점을 노출하고 있다. 후보 검증 형식을 두 부분으로 각 40분씩 무려 80분으로 정책 토론이 아니라 흥미와 후보자를 희화화 하는 형식으로 진행 되었다.

예를 보면 임태희 후보는 ‘경선 룰 갈등’을 의식한 듯 “국민 관심과 동떨어진 토론회로 진행되는 경우가 많았다. 시간과 형식이 제한됐고 형식도 갑자기 바뀌었다”며 “원래 경선 룰과 관계없이 나왔기 때문에 최선을 다하겠다”고 말했다.

이에 박근혜 후보는 “미래 비전이나 정책 경쟁에 집중하기 보다는 검증을 명분으로 소모적 정치공방이 많았던 게 아쉽다”며 연일 자신에게 공세를 퍼부은 비박 주자들을 우회적으로 비판했다.

단적인 예를 보인 내용이지만 주제 없는 토론은 다분히 개인적인 문제에 치중하여 지도자의 리더십 평가는 어렵다는 것을 잘 보여주고 있다. TV토론은 흥미 위주의 형식이 아닌 자질과 능력, 정책을 평가할 수 있는 형식으로 준비하여야 한다는 것이다. 그렇게 하기 위해서는 각 방송사나 토론 주최자가 철저한 준비와 노력이 있어야 한다. 특히 대통령 선거 TV토론의 경우 각 방송사가 사명감을 가지고 준수하는 노력이 우선되어야 할 것이다.

나. 민주통합당 경선 내용

민주통합당의 예비 경선 TV토론은 4회 치러졌다. MBN 초청 토론, 인터넷 매체 오마이뉴스, 광주방송, 경인방송에서 이루어졌다.

MBN 초청 TV토론의 형식은 모두발언, 주제를론, 자유지명토론, 정책 O·X, 사회자 주도토론, 자유지명 토론, 주제를론, 맺음말로 진행되었다.

○ 2012. 7. 23(월) 민주통합당 8명(90분)

진행방식	내 용	소요시간
모두발언	○ 각 후보의 대선출마 이유 및 비전 • 사회자 질문(30초) ➡ A/B/C/D/E/F/G/H 후보자 (각 30초)	4분30초
주제를론 I	○ 내가 민주통합당 대선후보가 되어야 하는 이유? • 사회자 질문(30초) ➡ B/C/D/E/F/G/H/A 후보자 (각 1분)	8분30초
자유지명토론 I	○ 자유주제 (후보로부터 2인지명후 질문) • 사회자 설명(30초) ➡ B/C/D/E/F/G/H/A 후보자 (각 2분) • 질문(30초) ➡ 답변(30초) / 질문(30초) ➡ 답변(30초)	16분30초
정책 O·X	○ 박지원 원내대표, 검찰조사에 응해야 한다? ○ 2001년 대선자금 수사 반드시 필요하다? ○ 야권연대, 이번 대선에도 계속돼야 한다? ○ 대형마트의 의무휴업 제도, 계속되어야 한다? ○ 금강산 관광,당장 재개해야 한다? ○ 안철수 교수, 이번 대선에 출마할 것이다? • 사회자 질문(30초) ➡ 8명 후보자 O·X ➡ 사회자 질문(30초) ➡ 후보자 답변(30초) ➡ 사회자 질문(30초) ➡ 후보자 답변(30초)	15분
사회자주도토론	○ '재원 없는 복지' 가능한 것인가? ○ '고통이 수반되는 성장'이란? ○ '통신비 반값' 어떻게 실현할 것인가? ○ '좋은 일자리 만들기' 부작용 없을까? ○ '가계부채' 어떻게 극복할 것인가? ○ '자자제 재정문제' 해결 방안은? ○ '부동산 혁명' 어떻게 실현할 것인가? ○ '분수경제론' 가능한 것인가? • 사회자 질문(30초) ➡ 지정 후보자 답변 (1분)	12분
자유지명토론 II	○ 자유주제 (후보로부터 2인지명 후 질문) • 사회자 설명(30초) ➡ B/C/D/E/F/G/H/A 후보자 (각 2분) • 질문(30초) ➡ 답변(30초) / 질문(30초) ➡ 답변(30초)	16분30초
주제를론 II	○ 정권교체를 위해 무엇을 해야 하는가? • 사회자 질문(30초) ➡ B/C/D/E/F/G/H/A 후보자 (각 1분)	8분30초
맺음말	○ 나만의 정책 및 마무리 발언 • 사회자 질문(30초) ➡ A/B/C/D/E/F/G/H 후보자 (각 1분)	8분30초

주관방송 : MBN(매일경제), 사회자 : 정운갑 (MBN 정치부장)

민주통합당 예비경선 MBN 토론에서 나타난 문제점도 주제 없는 자유지명 토론에서는 여지없이 개인 적 문제를 제기하는 네거티브 토론으로 이어지고 말았다. 기계식 형식에 맞추어야 하고 내용 없는 토론 으로 유권자의 관심 밖으로 밀려 날 수밖에 없는 토론이 되고 말았다.

오마이뉴스 초청 토론도 마찬가지로 형식으로 진행되었다. 즉 모두발언, 사회자 공통질문, 주도권 토론, 사회자 공통 질문, 맺음말 순으로 진행되었다.

○ 2012. 7. 24(화) 민주통합당 8명(112분)

진행방식	내 용	소요시간
모두발언	○ 각 후보의 모두발언 • 사회자 설명(30초) ➔ A/B/C/D/E/F/G/H 후보자 (각 30초)	4분30초
사회자 공통질문 I	○ 내가 왜 민주통합당 대선후보가 되어야 하는가? • 사회자 질문(30초) ➔ B/C/D/E/F/G/H/A 후보자 (각 1분30초)	12분30초
사회자 공통질문 II	○ 박근혜 대표의 5.16에 대한 역사인식과 국민의 반응에 대한 의견은? • 사회자 질문(30초) ➔ C/D/E/F/G/H/A/B 후보자 (각 1분)	8분30초
주도권토론	○ 자유주제 (한 후보가 주도권 쥐고 토론진행) • 사회자 설명(30초) ➔ D/E/F/G/H/A/B/C 후보자 (각 5분) ※ 2명이상에게 질문 답변시간 20초 보장	40분30초
사회자 공통질문 III	○ 민주정부 10년에 대한 평가 및 민주통합당 대선승리에 대한 전략은? • 사회자 질문(30초) ➔ D/E/F/G/H/A/B/C 후보자 (각 1분)	8분30초
사회자 공통질문 IV	○ 민주통합당 후보는 안철수 원장과 어떤 방식의 연대를 생각하는지? • 사회자 질문(30초) ➔ E/F/G/H/A/B/C/D 후보자 (각 1분)	8분30초
사회자 공통질문 V	○ 대통령이 된다면 가장 중점적으로 추진해야할 정책 및 실현방안은? • 사회자 질문(30초) ➔ F/G/H/A/B/C/D/E 후보자 (각 2분)	16분30초
맺음말	○ 마무리 발언 • 사회자 질문(30초) ➔ G/H/A/B/C/D/E/F 후보자 (각 1분30초)	12분30초

주관방송 : Oh My News, 사회자 : 오연호 (Oh My News 대표기자)

오마이뉴스 토론에서도 주제 없는 주도권 토론은 후보자의 개인적인 문제를 지적하는 네거티브로 진행되었다는 것이다. 비문 후보들의 문 때리기는 MBN에서와 마찬가지로 나타났으며, 이는 정책과는 무관한 토론으로 본래의 목적과는 다른 양상을 보이고 있다. 형식도 기계적인 질문, 답변으로 지루한 토론이 되고 말았다는 것이다.

광주방송의 민주통합당 예비경선 TV토론도 별반 다를 게 없었다. 형식도 천편일률적으로 구성되었다. 모두발언, 사회자 공통질문, 후보자 주도토론, 선택형질문, 마무리 발언 순으로 진행되었다.

○ 2012. 7. 25(수) 민주통합당 8명(92분 50초)

진행방식	내 용	소요시간
모두발언	○ 각 후보의 모두발언 (출마의 변) • 사회자 설명(30초) ➔ A/B/C/D/E/F/G/H 후보자 (각 40초)	5분50초
사회자 공통질문	○ 후보자 대선 슬로건과 후보자가 생각하는 국정핵심과제는? • 사회자 질문(30초) ➔ B/C/D/E/F/G/H/A 후보자 (각 1분30초)	12분30초
후보자 주도토론	○ 자유주제 (한 후보가 주도권 쥐고 토론진행) • 사회자 설명(30초) ➔ C/D/E/F/G/H/A/B후보자 (각 7분) ※ 2명이상에게 질문, 충분한 답변시간 보장	56분30초
선택형 질문	○ A 이번 대통령선거에서 야권연대에 대한 후보자 견해는? B 현 단계에서 남북관계 개선을 위한 방안은 무엇인가? C 지역균형발전에 관한 후보자의 철학과 정책방안은 무엇인가? • 사회자 질문(30초) ➔ D/E/F/G/H/A/B/C 후보자 (각 1분) ※ 3개의 질문 중 후보자가 선택해 답변하는 방식	8분30초
마무리발언	○ 맺음말 • 사회자 질문(30초) ➔ E/F/G/H/A/B/C/D 후보자 (각 1분)	8분30초

주관방송 : KBC 광주방송, 사회자 : 국중돈 (변호사)

광주방송의 토론은 지역의 현안을 묻는 질문을 제외하고는 다른 방송사 TV토론과 거의 같은 형식과 내용으로 진행되었다. 여기서도 후보자 주도토론은 역시 개인적인 문제를 집중적으로 제기하고, 급기야 인신 공격성의 네거티브가 나타나고 있다.

경인방송의 민주통합당 예비 경선도 같은 결과를 초래하고 말았다. 형식도 거의 비슷하였다. 모두발언, 사회자 공통질문, 상호 주도권 토론, 1:1 자유토론, 사회자 공통질문, 마무리발언 순으로 진행되었다. 여기에서도 상호 주도권 토론과 1:1 자유토론은 난타전으로 이어졌다. 극히 개인적인 질문과 답변으로 자질을 검증하기에는 한계를 보이고 있다.

안철수 태풍에 가려져 많이 알려지지 않았지만, 지난 23일 민주통합당 대선주자들의 MBN이 주최한 TV 토론회가 있었습니다. 전체적인 풍경은 한마디로 정리할 수 있을 겁니다. ‘1 VS 7’ 혹은 ‘문재인 때리기’ 토론이었다.

현재까지 1위를 달리고 있는 후보에 대한 전략적 공격은 가능한 일입니다. 문재인 후보로서도 감내해야 할 부분이고요. 하지만 이른바 ‘문재인 때리기’로 진행되는, 사실상의 네거티브가 온당한 것인지는 따져봐야 할 것이다.

첫 포문은 김영환 후보가 열었습니다. “문 후보는 이벤트 정치와 코스프레를 잘 하는 것 같다. 최근 특전사복을 입었는데 광주시민에게 어떻게 비칠지 생각해 봤느냐?”고 지적했고, 문 후보는 “특전사는 광주민주화항쟁 때 동원된 뼈아픈 과거가 있다. 이제 아픔을 씻어내고 화해의 길로 나아가자는 취지”라고 설명했다. 사실 문 후보가 박근혜 후보와의 구도를 ‘마초 남성 VS 유약한 여성’으로 몰고 간다는 지적이 없었던 것은 아니다.

○ 2012. 7. 26(목) 민주통합당 8명(95분30초)

진행방식	내 용	소요시간
모두발언	○ 각 후보의 모두발언 (출마의 변) • 사회자 설명(30초) ➡ A/B/C/D/E/F/G/H 후보자 (각 1분)	8분30초
사회자 공통질문 I	○ 새누리당 박근혜 후보를 꺾을 필승카드? ○ 통합진보당과 야권연대를 어떻게 이루어 나갈 것 인가? • 사회자 질문(30초) ➡ B/C/D/E/F/G/H/A 후보자 (각 1분)	8분30초
상호 주도권 토론	○ 자유주제 (한 후보가 주도권 쥐고 토론진행) • 사회자 설명(30초) ➡ C/D/E/F/G/H/A/B후보자 (각 6분) ※ 2명이상에게 질문, 되도록 질문 1분 답변 1분	48분30초
1:1 자유토론	○ 자유주제 (후보로부터 지명 후 질문) • 사회자 설명(30초) ➡ D/E/F/G/H/A/B/C 후보자 (각 2분) • 질문(1분) ➡ 답변(1분)	16분30초
사회자 공통질문 II	○ 일자리창출방안은(청년일자리 중심으로)? • 사회자 질문(30초) ➡ E/F/G/H 후보자 (각 1분) ○ 한반도 외교전략 방안은(우리나라와 미·중·일 관계)? • 사회자 질문(30초) ➡ A/B/C/D 후보자 (각 1분)	9분
마무리발언	○ 맺음말 • 사회자 질문(30초) ➡ F/G/H/A/B/C/D/E 후보자 (각 30초)	4분30초

주관방송 : OBS 경인방송, 사회자 : 고성국 (정치평론가)

다음은 김두관 후보였다. 가장 문재인 후보에 대해 ‘까칠한’ 태도를 취하는 후보죠. “나는 지역주의 청산을 위해 경남에서 8번 출마했지만 문 후보는 19대 총선 전까지 쏟아지는 출마 권유를 거절했다. 노무현 대통령 인기가 좋을 때는 ‘노무현과 가깝다, 친노다’라고 말하고 인기가 떨어지니까 비판하고, 수사 받을 때는 돌을 던지고 그러는 게 기회주의”라고 공격했다. 지역주의 극복을 위한 김두관 후보의 지난 노력들은 분명 훌륭한 것이었다. 그에 대해서는 이견이 없을 겁니다. 하지만 그 뒤에 이어진 발언은 핀트가 어긋난 것이 아닌가 싶다. 그런 기회주의자들이 민주당 내에 많은 것은 사실이지만, 노무현 재단의 이사장을 지냈던 문재인 후보에게 할 얘기는 아닌 듯싶다.

손학규 후보는 ‘참여정부 실패론’을 직접적으로 언급했다. “노무현 전 대통령은 민생 실패를 반성했지만 정작 남은 분들은 반성을 거부하고 있다”면서 역시 문재인 후보 측을 겨냥했다. 여기에 대해 문 후보는 “참여정부가 양극화, 비정규직 문제 등에 대해 제대로 대처하지 못한 점은 반성하지만 총체적으로 성공한 정부”라고 반박했다. 역시 이 지점이 문재인 후보의 가장 큰 아킬레스건이 아닌가 싶다. 참여정부의 공을 이어받되, 과를 얼마나 성실하게 비판하고 반성할 수 있는가, 문재인 후보가 넘어야 할 가장 큰 산이라고 생각되기도 합니다. 그는 여전히 참여정부를 ‘성공한 정부’라고 평가하고 있다.

4.11 총선에 대한 책임을 놓고도 공방전이 벌어졌다. 조정태 후보는 “19대 총선에서 소위 ‘부산 친노’는 전횡을 저지르다시피 했다. 그야말로 패권주의에서 나온 패착”이라고 비판했고, 박준영 후보는 “총선에서 낙동강에 전선을 펼친 결과, 강원도 9석을 털리고 충청도도 과반을 털렸다”고 에둘러 비판했다. 물론 민주당이 지난 총선에서 낙동강 벨트에 심혈을 기울인 것은 사실이다. 하지만 총선 패배, 강원도와 충청도에서의 패배가 그 때문은 아닐 것이다. 이는 국민을 무시하는 태도이고, 여전히 오만함을 드러내는 태도이다. 강원도의 민심은 이미 민주당을 떠나 있었고, 충청도도 마찬가지였다. 강원도 내에는 최문순 도지사가 제 역할을 하지 못하고 있다는 평가가 지배적인 상황이었기에 나타난 결과일 것이다.

민주당 경선은 한마디로 ‘문재인 때리기’로 정의내릴 수 있을 것 같다. 물론 합당한 비판과 검증은 필요하다. 1위 후보에게 가해지는 견제는 필연적인 것이다. 하지만 이것이 도를 넘어서는 곤란할 것이다. 민주당의 예비 경선은 한마디로 비문 진영의 문 때리기 네거티브 토론이었다고 해도 과언이 아닐 것이다.

이에 민주통합당은 4명의 경선은 철저한 정책토론으로 진행할 것이라고 선언하였다. 예비경선에서 서로 치고 받는 네거티브로 민주통합당과 후보들의 이미지만 실추하였다고 자평하고 있는 것이다. 정작 예비 선거에서는 정책은 없고 문 때리기만 이어지는 양상을 띠었기 때문이다.

## 4. 맺는말

선거운동에 TV토론을 도입한 가장 큰 이유는 돈·조직 동원의 폐해로 나타날 후유증을 줄이기 위해서였다. 또한 유권자의 알 권리를 충족시켜 주기위해서도 미디어 선거 도입은 큰 의의를 가진다. 그러나 초기의 TV토론에 대한 관심과 영향력은 토론이 진행될수록 줄어들고 있다. 그 이유는 토론 방식이나 진행에서의 도식적·기계적 운영 등으로 인해 후보들의 뉘뉘이와 차별화된 면모를 제대로 가릴 수 없었던 점 때문이다.

대통령 선거에서 중앙선거방송토론회 주관 TV토론은 의무적으로 세 차례 실시하도록 하고 있으며, 그 전에 방송사 초청, 시민단체 초청 토론 등이 수차례 진행되고 있다.

지난 대통령 선거 TV 합동 토론을 보면 기계적 방식과 개인적 문제 제기에 집중한 나머지 정책이나 후보자의 자질 능력을 평가하지 못하는 토론이 되고 있다. 결국 유권자들은 설익은 주장과 자료를 바탕으로 선택해야 하는 상황에 놓이고 있다. 노선과 정책이 판이한 여야 후보 간에 어떤 차이가 있는지도 차 불분명하니 유권자들은 헛갈릴 수밖에 없다. 재원 뒷받침이 의문시되는 공약을 내놔도 검증할 겨를이 없는 이름뿐인 토론으로 진행되고 있다. 대책 없이 국내총생산(GDP) 몇% 운운하는 선심성 공약을 공인하고 선전해 준 게 아닌가 하는 의문이 들 정도다.

일개 연예인이 아닌 국가 지도자 선택에 도움을 주려는 기회가 나중에야 어찌 되건 재치문답조로 핵심을 피하고 시청자의 감흥이나 일으키면 되는 식이어선 곤란하다. 어차피 미디어 선거가 이미지를 중시하게 마련이지만 이런 게 전부여서는 안 된다. 위장 선동가에게나 유리한 미디어 선거라면 심각한 일이다. 하지만 지금은 이를 따질 여유가 없다. 부족하더라도 주어진 정보를 기초로 누가 진정한 지도자인가를 판단해야 한다. 일꾼을 뽑는 방도로서 미디어 선거의 정착을 위한 제도적 보완과 개선 노력을 해나가야 할 시점이다.

1987년 민주화가 시작되면서 TV토론이 도입되기 시작하였다. 정반대 생각을 가진 사람들이 마주앉아 정부 정책을 옹호하거나 반대하는 일이 가능해졌다. 그야말로 TV가 독일의 사회철학자인 위르겐 하버마스가 말하는 공론 장으로 제 기능을 수행하기 시작한 셈이다.

선두주자인 KBS의 생방송 심야토론은 신선한 자극이었다. 주말 밤이면 깨어 있는 시민을 TV 앞으로 불러 모으곤 했다. 심야토론의 영향력이 커지자 MBC는 100분 토론을 시작했다. 후발주자인 SBS도 토론 프로그램을 고정으로 설치했다. 사회자들은 짧은 시간에 사회 명사로 등장했다. 그렇게 보면 TV토론의 20여년 역사는 한국 사회의 민주화 역정을 그대로 담고 있다. 사회와 정치 문화가 점점 더 자유롭게 변화하는 추세를 TV토론도 자연스럽게 그 내용과 형식 속에 반영해왔다고 할 수 있다.

그러나 크게 두 가지 측면에서 고정형으로 굳어가는 한국형 TV토론 문화는 문제를 드러낸 지 오래다. 한 가지는 토론 참가자의 선정이 극단주의로 치달는 현실이다. 세종시에 관한 내용이건, 4대강에 대한 내용이건 토론에 등장하는 논객은 극단적인 반대론자이거나 찬성론자인 경우가 대부분이다. 극렬한 주장이 맞부딪쳐야 시청자가 더 관심을 갖는다는 생각이 이러한 기획의 근거다.

프랑스의 사회이론가인 피에르 부르디외는 이러한 현상이 TV라는 매체의 시장논리가 프로그램 기획 의도를 압도하기 때문에 벌어진 일이라고 주장했다. 그는 심지어 토론의 긴박감을 위해 7초 발언 규칙을 강요하는 매체가 있다는 사례도 소개한다. 한 사람의 발언이 길어지면, 채널이 다른 곳으로 돌아가기 때문에 이러한 규칙까지 고안됐다는 게 그의 설명이다. 부르디외에 따르면, 이렇게 가면 TV토론은 시민들이 교양 있는 판단을 하도록 기여하기보다 논객들의 말싸움을 재료로 하는 또 다른 볼거리를 제공하는 프로그램으로 변질될 가능성이 커진다.

따라서 지금과 같이 찬성과 반대의 방식으로 구성되는 토론 양식을 다양화해야 한다. 찬반 방식은 논점을 단순화해서 시청자가 이해하기 쉬운 장점은 있으나, 복합적인 쟁점을 단지 두 가지 관점에서만 보도록 강요함으로써 양극단 사이에 가능한 다양한 타협과 조화의 가능성을 애초부터 배제하는 구조적 문제를 갖고 있다.

지금까지의 TV토론 문화는 양극단의 찬반을 토대로 시청자의 흥미를 끄는 토론형식이 주를 이루고 있다. 선거 시의 TV토론도 주제 없는 시간 배정으로 본래의 후보자 자질이나 능력, 정책을 검증하는 토

론이 이루어지지 않고, 후보자 개인적 문제에 치중한 네거티브 토론이 이어지는 결과를 초래하여 지도자의 리더십을 평가하는 데에는 한계를 보이고 있다.

개별토론회가 진행됨에 따라 TV토론의 운영에서 중요한 기준으로 고려된 것이 바로 형식적인 공정성이다. 형식적, 소극적 공정성이란 시간배분, 질문 내용/방법, 강도, 사회자의 조심성 있는 태도, 시간관념, 질문배분 등과 관련된 것인데, 이러한 형식성 확보에 급급하여 전문성과 차별성이 고려된 실질적으로 적극적인 공정성이 희생된 측면이 많았다. 짧은 기간 너무나 많은 텔레비전 토론회가 유사한 형식으로 진행됨으로써 다양한 토론의 현장을 보여주지 못했다는 점도 문제였다.

또한 질의 응답식의 진행은 의견교환을 불가능하게 만들고 추가질문의 가능성을 배제한다. 단답식의 질문들을 통해 후보들의 국정운영능력에 대한 총체적인 자질을 파악한다는 것은 사실상 무리이다. 또한 30초 질문과 2분의 대답시간이라는 경직된 형식 속에서 최대한의 논의를 이끌어야 한다는 난점도 있었다. 수많은 질문 속에서 국정에 관한 모든 문제를 다루는 것은 쉽지 않은 일이다. 이를 행하기 위해서는 질문들이 치밀하게 준비되어야 함에도 불구하고, 또한 그렇지 못했다는 평가가 지배적이다. 게다가 개별토론회를 하게 되면 시청자가 자신이 좋아하는 후보자 대상의 프로그램만을 시청하기 때문에 자신이 좋아하거나 지지하지 않는 후보의 주장을 알기 어렵다는 문제를 갖는다.

그러나 토론시간이 길다고 해서 유권자에게 더 많은 정보를 제공하는 것은 아니다. 즉 시간이 긴 토론회라고 해서 '중요한 모든 이슈들'을 다룰 수는 없다는 것이다. 그러므로 후보자와 시청자가 너무 지치지 않고 충분한 견해를 피력할 수 있는 토론 시간을 정해야 한다.

질문과 답변시간 역시 중요하다. 유권자 의견조사에 의하면, TV토론의 문제점으로 후보자에게 충분한 시간을 주지 않는다고 나타났다(이중수, 1995). 또한 지나치게 복잡한 토론규칙은 토론회를 오히려 산만하고 형식적으로 만든다. 따라서 질문에 대한 후보자의 답변시간을 늘이고, 질문 및 보충질문을 비롯한 총 시간을 유용성 있게 제한하는 것도 바람직하다는 지적도 있다.

이제 18대 대통령 선거를 앞두고 이루어지는 TV토론은 각 방송사나 토론 주최자의 심도 있는 준비를 통해 지도자의 리더십이나 정책을 충분히 검증할 수 있는 토론이 이루어지도록 준비해야 할 것이다. 미국의 경우 3회의 토론자 사회자를 미리 선정하여 충분한 준비와 주제를 다양한 측면에서 선정할 준비를 통해 이루어지도록 하고 있다.

즉 미국 대통령 선거 운동의 하이라이트인 대통령 후보 TV 토론회를 책임질 사회자가 정해졌다. 토론회는 10월3일 콜로라도주(州) 덴버대학, 16일 뉴욕주 호프스트라대학, 22일 플로리다주 린대학에서 세 차례 열리며 첫 토론회는 주로 국내 문제를 다루고 두 번째는 부동산 유권자가 질문을 던지는 형식이며 마지막은 외교 정책에 초점을 둔다.

초당적 기구인 대통령 후보 토론 위원회(CPD)는 8월 13일 토론 사회자로 PBS방송의 짐 레리와 CNN 캔디 크롤리, CBS 밥 시퍼를 정했다고 밝혔다. 첫 토론회 진행자인 레리는 2004년을 제외하곤 1988년부터 2000년까지 여섯 차례 대선에서 총 열한 번이나 마이크를 잡은 TV 토론의 달인이자 지존이다. 2008년 대선 때도 버락 오바마 민주당 후보와 존 매케인 공화당 후보 간 첫 토론 진행을 맡아 편안하면서도 무게 있는 사회 솜씨를 뽐냈다. 1959년 델러스 모닝 뉴스에서 기자 생활을 시작해 방송으로 옮겨 워터게이트 사건과 리처드 닉슨 대통령의 탄핵 재판 보도로 명성을 날렸으며 동료 로버트 맥닐과 콤비를 이뤄 30여개의 언론 관련 상을 수상했고 TV 명예의 전당에 헌액되기도 했다. 공영 TV인 PBS에서 자기 이



름을 탄 '짐 레리의 뉴스아워'를 36년간 진행하다 지난해 하차했다. 두 번째 토론을 맡은 크롤리는 20년 만에 첫 여성 사회자가 된다. 꼭 20년 전인 1992년 대선 때 ABC 방송의 캐럴 심슨이 최초 여성이자 최초 흑인 사회자라는 기록을 세웠었다. 크롤리는 세 차례 토론 가운데 일반인이 두 대통령 후보에게 질문을 던지는 형식으로 진행되는 '타운 홀' 이벤트의 사회를 맡는다. 한차례 열리는 부통령 후보 간 토론 회도 여성인 ABC 마사 라다츠가 주재한다. 마지막 토론회를 책임지는 시퍼는 2004년, 2008년 대선 때도 사회를 봤던 베테랑이다.

사회자의 역할은, 토론의 흐름에 최소한의 개입을 권장하는 경우에 대개 토론의제를 바꾸거나, 후보들의 차이점을 명백히 하거나, 질서를 유지하는 정도의 역할만 담당하면 된다고 여겨진다. 그러나 이 경우에는 사회자의 역할이 너무 미약하기 때문에 토론회가 무미건조해질 위험이 있다. 사회자가 단순한 행사진행자가 아니라 토론의 촉진자가 되기 위해서는 한 질문에 대한 전체시간 한도(예를 들면, 미국의 2000년 대통령 토론에서는 한 주제당 3분 30초) 내에서는 사회자가 자유롭게 보충질문을 하도록 하고, 질문을 선택하는 권한을 부여하는 것도 고려해볼 수 있다.

우리의 경우도 중앙선거방송토론위원회 주관 토론은 미리 이러한 준비를 통해 국가 장래를 책임질 지도자를 유권자가 제대로 평가할 수 있는 토론을 준비하는 노력이 있어야 할 것이다. 뿐만 아니라 방송사 초청 토론의 경우도 각 방송사가 다양한 포맷과 관심을 불러일으킬 형식을 준비하여 주제 없는 토론은 배제할 수 있는 사전 준비를 하는 노력을 지금부터 하여야 할 것이다.

## ■ 참고문헌

- 권호영 외 (1997), <대선 텔레비전 토론방송 연구>, 한국방송개발원.  
 권혁남 (1997), 『한국언론과 선거보도 : 정치커뮤니케이션의 현실논리』, 나남출판사, pp.38~41.  
 김환열 (2000), 『TV토론의 이해』, 커뮤니케이션북스.  
 연합뉴스, 2012.08.14.  
 이종수 (1995), “선거와 TV토론”, <선거와 미디어>, 한국언론연구원, 자료참조.  
 정성호 (2003), “TV討論이 有權者의 認知變化에 미치는 影響에 관한 研究 : 第16代 大統領選舉 TV討論을 中心으로”, <한국언론학회>.  
 중앙선거관리위원회, www.nec.go.kr  
 중앙선거방송토론위원회, www.debates.go.kr

## 【영문자료】

- Auer, J. J.(1960), The counterfeit debates, In Kraus, S.(Ed.), The great debates: Kennedy vs. Nixon, 1960, Bloomington: Indiana University Press, pp.142 - 150.  
 Benoit, W. L., McKinney, M. S., & Stephenson, M. T.(2002), “Effects of Watching primary debate in the 2000 U.S. Presidential Campaign”, 2002 International Communication Association.  
 Ithiel de Sola Pool(1967), “TV: A New Dimension in Politics” in E. Burdick & A. J. Brodbeck(eds), American Voting Behavior, Glencoe: Free Press.  
 Jensen, J. Vernon (1981), Argumentation: Reasoning in Communication, New York: D. Van Nostrand Company, p.6.

# MEMO

# MEMO

# MEMO

# MEMO