

특별세미나

제6회 전국동시지방선거 후보자토론회 평가 세미나

일시 2014년 6월 26일 (목) 14:30 ~ 17:00

장소 프레스센터 20층 내셔널프레스클럽

주최  중앙선거방송토론위원회  한국언론학회



제6회 전국동시지방선거 후보자토론회 평가 세미나

2014년 6월 26일(목), 14:30~17:00 / 프레스센터 20층 내셔널프레스클럽



인 사 말

미디어의 급속한 발달과 확산에 기인하여 현대민주주의 정치과정에서 가장 중요한 요소인 선거에도 TV토론, 방송연설 등 미디어가 활발히 이용되고 있습니다. 특히 TV토론회는 선거 후보자들이 제시한 공약을 설명하고 미래 실천방향에 대해 상호 토론하고 검증하는 기회를 제공하며, 민주주의적 공론장으로서 역할을 담당하고 있습니다. 그러나 동시에 정책에 대한 관심보다 후보자의 이미지 중시, 기계적 형평성을 강조하는 토론방식 등으로 인해 TV토론의 효율성에 대한 부정적 측면도 문제로 지적되고 있습니다.

이에 중앙선거방송토론위원회와 한국언론학회는 공동주관으로 미디어 정치 시대에 TV토론의 역할과 효과에 대해 토의하고 검증하는 자리를 마련하고자 합니다. 이를 통해 TV토론의 현재를 진단하고 미래 방향을 제시하는 초석을 다지며, 더 나은 TV토론의 발전에 기여할 수 있을 것으로 기대합니다.

바쁘시더라도 시간을 내어 참석해주시기 바랍니다.
감사합니다.

2014. 6.

중앙선거방송토론위원회 위원장 이 정 희

한국언론학회 회 장 김 동 규

제6회 전국동시지방선거 후보자토론회 평가 세미나

2014년 6월 26일(목), 14:30~17:00 / 프레스센터 20층 내셔널프레스클럽




일 정 표

구 분	프 로 그 램
14:30~14:40	<p>< 개 회 사 ></p> <ul style="list-style-type: none">- 이정희 (중앙선거방송토론위원회 위원장)- 김동규 (한국언론학회 회장, 건국대)- 문상부 (중앙선거관리위원회 사무총장)
	<p>< 주제발표 > - 사회 : 한진만 (강원대 사회과학대학 학장)</p>
14:40~15:45	<p>< 제 1 주제 > 제6회 지방선거 후보자토론회 운영상 문제점 분석을 통한 개선 방안</p> <ul style="list-style-type: none">- 발표 : 김경호 (제주대)- 토론 : 설동호 (대전광역시 교육감, 당선자) 곽상욱 (오산시장) 정극원 (대구대/경북토론회 위원장) 김찬태 (KBS) 한규섭 (서울대)
15:45~16:00	<p>< 휴 식 ></p>
16:00~17:00	<p>< 제 2 주제 > 2014년 6.4 서울시장선거 TV토론에 대한 효과분석</p> <ul style="list-style-type: none">- 발표 : 송종길 (경기대)- 토론 : 김춘식 (한국외대) 박종민 (경희대) 정일권 (광운대) 박세미 (MBC) 이종희 (중앙토론회)
17:00~	<p>< 폐 회 ></p>

제6회 전국동시지방선거 후보자토론회 평가 세미나

2014년 6월 26일(목), 14:30~17:00 / 프레스센터 20층 내셔널프레스클럽



목 차

< 제 1 주제 >

제6회 지방선거 후보자토론회 운영상 문제점 분석을 통한 개선 방안 1

발표 : 김 경 호 (제주대)

< 제 2 주제 >

2014년 6.4 서울시장선거 TV토론에 대한 효과분석 29

발표 : 송 종 길 (경기대)

제6회 전국동시지방선거 후보자토론회 평가 세미나

<제 1 주제>

**제6회 지방선거 후보자토론회 운영상
문제점 분석을 통한 개선 방안**

김 경 호

제주대학교 언론홍보학과



제6회 지방선거 후보자토론회 운영상 문제점 분석을 통한 개선 방안

김경호 (제주대학교 언론홍보학과 교수)

1. 들어가는 말

304명의 희생자를 낸 세월호 침몰 사고는 6·4지방선거에서 가장 큰 변수로 작용했다. “2014년을 살고 있는 대한민국에서 어떻게 이런 어처구니없는 일이 발생할 수 있는가!” 대부분의 국민들은 사고 자체를 인정하려 하지 않았고, 실종자 구조와 희생자 수습 과정에서 정부의 무능과 무책임으로 인한 국가에 대한 신뢰가 무너지는 것을 경험해야 했다. 세월호 참사의 범국민적 충격이 워낙 컸던 터라 선거를 제대로 치를 수 있을지 조차도 확신할 수 없었고, 일각에서는 선거를 연기해야 한다는 주장이 제기되기도 했다. 그럼에도 세월호 트라우마 속에서 선거 캠페인이 시작돼 6월 4일 투·개표가 종료되면서 선거가 마무리되었다.

흔히 선거를 공복을 뿜는 축제라고 한다. 하지만, 이번 선거는 상중(喪中)에 치러진 탓에 예비 후보 등록을 마치고도 후보자들은 자신을 지지해달라고 공개적으로 호소할 수 없었다. 일반 국민들도 사적인 장소에서 조차도 선거와 관련된 대화를 나누기 어려웠다. 선거운동이 득이 되는 것이 아니라 오히려 후보자들을 부도덕한 사람으로 인식하게 만들어 부정적인 결과를 낼 것이라는 사회적 분위기가 팽배해 후보자들은 살얼음판을 걸으며 도둑고양이 선거를 할 수밖에 없었다. 공개적인 토론과 여론 형성 등이 필요한 정치적 쟁점들과 이슈들에 대한 공론화는 자취를 감추다시피했으며, 유권자들은 후보자의 정치적 철학이나 정견, 정책, 공약 등을 살펴볼 충분한 기회를 갖지 못한 채 후보자를 선택할 수밖에 없었다.

6·4지방선거 후보자 TV토론회가 국민의 기대치와 선거방송토론위원회가 설정한 목표치를 달성했는지에 대한 분석과 개선책이 마련되어야 할 것으로 보인다. 선거방송토론위원회가 주관하는 서울시장선거 TV토론회와 종편 JTBC가 주관한 토론회간의 시청률 차이가 적지 않았다. 뿐만 아니라 지상파 방송3사의 TV토론회 시청률 합이 같은 시간대에 방송된 예능 프로그램의 시청률에도 미치지 못했다. 이처럼 낮은 시청률은 TV토론회가 후보자의 공직 적격을 검증하는 공론장으로서 기능하는데 한계를 노출한 것으로 해석될 수 있다. 물론 시청률이 선거방송토론회의 성패를 판단하는 결정적인 유일한 기준은 아니지만, 시청률이 높으면 높을수록 더 많은 유권자가 토론회를 통해 선거정보를 제공받게 되고 후보자 검증에 참여하게 된다는 데에는 이견이 없다. 낮은 시

청률은 분명 이번 토론회가 적지 않은 문제점을 안고 있다는 사실을 반증하는 것이라고 볼 수 있다.

본 연구는 6·4지방선거 후보자 TV토론회의 운영상 문제점을 분석하여 개선방안을 모색하는 것을 목적으로 한다. 구체적으로 TV토론의 3요소인 공정성과 유용성, 그리고 흥미성을 제고하는 방안을 제시하고자 한다. 분석을 위해 본 연구는 전국 대학생들을 상대로 후보자 TV토론회 관련 설문조사를 실시했다. 더불어 최근 실시된 외국의 주요 선거 TV토론회를 분석했으며, 서울시장선거 토론회와 미국 대통령선거 2차 타운홀 토론회의 영상 프레임 전체를 비교 분석했다.

2. 6·4지방선거 후보자 TV토론회와 외국의 주요 선거 후보자 TV토론회

1) 서울시장선거 후보자 TV토론회

선거방송토론위원회가 주관하는 서울시장선거 후보초청 TV토론회는 5월 26일 오후 11시 15분부터 90분간 생방송으로 MBC 스튜디오에서 진행되었다. 정관용 교수가 진행을 맡았으며, KBS1과 SBS도 토론회를 동시 중계방송 했다. 패널로는 새누리당 정몽준, 새정치민주연합 박원순, 통합진보당 정태홍 후보가 참여했다.

토론회는 기조연설→사회자 공통질문→사회자 개별질문 후 상호토론→주도권토론→사회자 공통질문→맺음말 순서로 진행됐다. 사회자의 토론회 진행과 관련한 설명이 있는 뒤 후보자들은 1분 동안 자신이 왜 시장이 되어야 하는지, 그리고 시장이 되어서 무엇을 하려고 하는지 유권자들에게 인사하고 지지를 호소하는 '기조연설'을 했다. 이어진 '사회자 공통질문'에서는 세월호 참사의 여파로 국민의 안전 문제가 토론회 첫 주제로 비중 있게 다루어졌다. '사회자 개별질문' 순서에서는 사회자가 토론자에게 개별 질문을 던지고 후보자가 답변을 하고 나면, 다른 후보자들이 반론하고 다시 재반론 하는 상호토론 형식으로 진행되었다. 토론의 중반부에서는 특정 후보가 7분간 주도권을 갖고 토론을 진행하는 '주도권 토론'이 두 차례 있었고, 사회자가 동일한 질문을 모든 토론자에게 던지고 답변을 듣는 '공통질문' 순서가 그 뒤를 따랐다. 토론회를 정리하면서 유권자의 지지를 다시 한 번 호소하는 '마무리 발언'이 있었다.

토론의 주제는 '안전 문제', '안전, 개발 등 공약', '시정운영과 민관유착', '개발, 복지문제', '서울시 발전방안' 등의 5개를 정해 토론을 진행했다. 질문과 답변시간은 1분~1분 30초로 제한됐다.

표 1. 서울시장선거 TV토론회 진행방식

구 분	내 용	소요시간
기조연설	• A/B/C 후보자(각 1분)	3분
제1주제	○ 안전문제	
사회자 공통질문 1	• 사회자 공통질문(30초) ⇒ B/C/A 후보자 답변(각 1분 30초)	5분
제2주제	○ 안전, 개발 등 공약	
사회자 개별질문 후 후보자 상호토론	• 사회자 개별질문(30초) ⇒ C 후보자 답변(1분) A/B 후보자 반론(각 1분 30초) ⇒ C 후보자 재반론(1분 30초) • 사회자 개별질문(30초) ⇒ A 후보자 답변(1분) B/C 후보자 반론(각 1분 30초) ⇒ A 후보자 재반론(1분 30초) • 사회자 개별질문(30초) ⇒ B 후보자 답변(1분) C/A 후보자 반론(각 1분 30초) ⇒ B 후보자 재반론(1분 30초)	18분
제3주제	○ 시정 운영과 민관유착	
주도권토론 1	• A/B/C 주도권 토론 (각 7분) ※ 다른 2명의 후보자에게 1회 이상 질문(문제제기)하고, 최소 답변시간(약 1분)을 보장	21분
제4주제	○ 개발, 복지문제	
주도권토론 2	• B/C/A 주도권 토론 (각 6분) ※ 다른 2명의 후보자에게 1회 이상 질문(문제제기)하고, 최소 답변시간(약 1분)을 보장	18분
제5주제	○ 서울시 발전방안	
사회자 공통질문 2	• 사회자 공통질문(30초) ⇒ C/A/B 후보자 답변(각 1분 30초)	5분
사회자 공통질문(2) (예비질문)	• 사회자 공통질문(30초) ⇒ A/B/C 후보자 답변(각 30초) • 사회자 공통질문(30초) ⇒ B/C/A 후보자 답변(각 30초)	
맺음말	• A/B/C 후보자(각 1분 30초) or 각 1분	4분 30초

* 출처: 중앙선거방송토론위원회

서울시장선거 뿐만 아니라 부산시장과 경기도지사를 포함한 모든 광역단체장 선거 후보자 TV 토론회가 각 지역 선거방송토론위원회의 주관으로 최소한 1회 이상 개최되었다. 대다수 토론회의 진행방식과 포맷은 서울시장선거 후보자 토론회와 큰 차이가 없었다.

선거방송토론위원회가 주관하는 토론회와는 별도로, 5월 19일 관훈클럽 초청 토론회가 JTBC를 통해 중계되었고, 5월 28일 한국방송기자클럽 초청 토론회는 KBS, MBC, SBS, CBS, YTN, MBN 등 6개 회원사를 통해 동시에 생방송되었다. 마지막 TV토론회는 선거 이틀 전 6월 2일 JTBC 주관으로 진행되었다.

선거방송토론위원회가 주관한 서울시장선거 후보자 TV토론회의 시청률은 전국 기준 7.4%를 기록했다. 채널별 시청률은 KBS1 2.3%, MBC 2.6%, SBS 2.5%로 나타났다. 방송 3사 모두 2% 초·중반대의 저조한 시청률을 보였다. 서울을 기준으로 보면, KBS1 4.0%, MBC 2.5%, SBS 3.6%, 방송3사 합계 10.1%를 기록해 전국 시청률보다는 조금 높은 것으로 조사됐다. 같은 시간대에 방송된 KBS2 예능 프로그램 ‘안녕하세요’의 전국 시청률인 11.6%와 비교할 때 토론회 시청률 7.4%

는 현저히 낮은 것이다.

선거를 이틀 앞둔 지난 6월 2일에 개최된 JTBC(중앙일보) 서울시장후보 토론회는 손석희 앵커의 사회로 정몽준 후보와 박원순 후보자 간 일대일 토론으로 진행되었고, 4.3%의 시청률을 기록했다. 이는 지상파 방송3사의 시청률 7.4%의 과반을 넘는 수준이다.

2) 외국의 주요 선거 후보자 TV토론회

외국 사례의 분석은 최근 4년 내에 개최된 대통령 혹은 총리선거 후보자 TV토론회를 중심으로 이루어졌다. 2010년 영국 총리후보자 토론회, 2012년 미국 대통령선거 후보자 토론회, 2013년 독일 총리후보자 토론회가 분석대상이다.

(1) 2010 영국 총리선거 TV토론(Leaders Debate)

영국에서는 총리 선출을 위한 토론회를 리더 토론(Leaders Debate)이라고 부른다. 2010년 최초로 시행된 리더 토론은 3개의 방송사의 주관으로 총 3차례에 걸쳐 진행됐다. 노동당의 고든 브라운(Gordon Brown), 보수당의 데이비드 캐머론(David Cameron), 자유민주당의 닉 클레그(Nick Clegg)가 토론자로 나섰으며, 약 200명의 청중¹⁾이 참여했다.

1차 토론은 선거 3주 전인 4월 15일(목) 맨체스터 ITV 스튜디오에서 저녁 8시 30분부터 10시까지 90분 동안 생방송으로 진행됐다. 사회는 ITV 뉴스 캐스터인 알라스터 스튜어트(Alstair Stewart)가 맡았다. 토론의 주제는 공공의료서비스, 교육, 이민, 치안, 가족, 헌법, 정치에 대한 신뢰회복과 정치개혁 등 국내문제로 한정했다.

2차 토론은 선거 2주 전인 4월 22일(목)에 BSkyB의 주관으로 브리스톨 아놀피니 갤러리(Arnolfini, Bristol)에서 저녁 8시부터 9시 30분까지 90분 동안 생방송으로 진행됐다. 사회는 SKY뉴스 정치담당 기자인 아담 볼튼(Adam Boulton)이 맡았다. 토론의 주제는 아프가니스탄, 이라크, 이란, 중동, 영국 국방, 국제테러리즘, 유럽, 기후변화, 중국, 국제개발 등 국제문제였다.

3차 토론은 선거 1주일 전인 4월 29일(목)에 BBC의 주관 아래 버밍엄 대학(University of Birmingham)에서 8시 30분부터 10시까지 90분 동안 BBC의 시사해설자 데이비드 디블비(David Dimbleby)의 사회로 진행되었다. 3차 토론에서는 공공서비스의 재정, 과세, 부채, 무역적자, 공공재정, 불황, 경제회복, 금융, 상업, 연금, 일자리 등 경제분야를 토론의 주제로 다루었다.

토론회가 진행되는 동안 후보자들은 무대 위에 설치된 연단에 서서 토론에 임했다. 사회자는 후보자들의 얼굴을 마주보거나 옆에서 지켜볼 수 있는 위치에 자리했고, 청중은 후보자들을 마주하며 반원의 형태의 청중석에 자리잡았다.

영국의 리더 토론은 타운홀(Town hall)²⁾ 스탠딩(Standing) 포맷을 사용하고 있다. 리더들은

1) 200명의 청중은 독립 여론조사기관인 ICM Research가 전문가들의 견해를 바탕으로 만들어진 자체기준에 근거하여 선정되었다. 먼저 방송토론 개최지의 반경 30마일 내에 거주하는 사람들에 한해 연령, 인종, 사회계층, 투표의향, 지지 정당을 종합적으로 고려하였고, 투표 참여 의향이 있는 사람과 아직 결정을 내리지 못한 사람을 각각 80%, 20%의 비율로 선정하였으며, 지지정당별로는 보수당 7, 노동당 7, 자민당 5의 비율로 구성하는 등 청중 구성의 다양성을 도모하였다(중앙선거방송토론위원회, 2011).

2) 2010 영국 총선의 경우, 수도 런던이 아닌 북부의 맨체스터, 남부의 브리스틀, 중부의 버밍엄 지역을 순회하면서 타운홀 방식으로 진행되어 유권자들의 직접참여 경험을 통해 해당 지역민들의 정치의식을 고양시키는데 도움을 주었다고 평가되었다(중앙선거방송토론회위원회, 2011).

본격적인 토론에 앞서 1분간의 모두연설 시간을 가지며, 정해진 토론주제에 대한 질문과 답변이 이어지고, 토론 말미에 1분 30초간의 마무리 연설 시간을 갖는다. 첫 번째 부분은 메인 주제에 대한 질문이 이어지고, 다른 주제에 대한 질문이 이어진다. 토론주제에 대한 질의와 답변이 끝나면, 사전에 선택된 청중들의 질문에 대하여 후보자들이 1분간 대답하고, 후보자들의 답변에 대하여 4분 간의 자유토론 시간이 주어진다.

영국의 리더 토론은 타운홀 방식으로 이루어지기 때문에 원활할 토론을 위하여 사회자의 역할이 매우 제한된다. 이에 따라 사회자는 토론시간을 준수하고, 토론의 공정성을 확보하며, 필요한 경우에 한해서만 사실관계를 확인할 수 있도록 허용한다(중앙선거방송토론위원회, 2011).

청중들 또한 ‘TV토론 프로그램 세부규칙(Prime Ministerial Debates-Programme Format)’에 의해 그들의 행동에 제약을 받는다.³⁾ 이 규칙에 따르면, 청중들은 토론의 시작과 끝에서만 박수를 칠 수 있으며, 후보자가 개별 청중에게 답변하는 경우가 아니면 클로즈업 샷이 허용되지 않는다.

이러한 세부규칙에 따라 토론회에서는 한 후보자가 토론을 하는 동안 이를 듣고 있던 다른 후보자가 고개를 가로젓는 모습을 보여주거나, 후보자들의 발언에 대하여 고개를 끄덕이는 청중들의 모습을 보여주었다. 또한 4분 동안의 후보자 간 자유발언 시간에는 특정 후보가 말하는 중간에 다른 후보가 끼어들기도 하고, 또 다른 후보가 말을 끊기도 하며, 사회자가 이를 적절히 조율하는 모습을 보여주는 등 자유발언의 긴장감과 역동성을 보여주었다.

영국의 리더 토론은 영국 역사상 첫 번째 시도임에도 불구하고 토론방식과 영향 측면에서 성공적이었다고 평가되고 있다. 이는 1차 토론과 2차 토론 직후에 실시한 여론조사 결과에서도 나타난다(중앙선거방송토론위원회, 2011). 1차 TV토론 이후 영국 성인남녀 1,253명을 대상으로 한 조사결과에 따르면, 토론을 끝까지 시청했다는 응답이 25%, 부분적 시청 21%, TV뉴스를 통한 주요 장면 시청 19%, 신문을 통한 주요 소식 획득 5% 등으로 나타나 70%의 응답자가 TV토론을 직·간접적으로 시청한 것으로 나타났다. 또한 같은 기관에 의해 시행된 2차 TV토론 이후의 조사에서는 토론회 전체 시청 18%, 부분 시청 17%, TV뉴스를 통한 정보 획득 22%, 신문을 통한 정보 획득 2% 등으로 나타났다. 이는 1차 토론에 비해 11% 정도 감소한 수치이기는 하나, 60%에 육박하는 응답자들이 리더 토론에 관심을 갖고 시청했음을 보여준다.

표 2. 2010 영국 총리선거 TV토론

토론회	포맷	시간	진행방식	방청객	토론주제	사회자
1차	타운홀 스탠딩	각 90분	○ 라운드 질문→답변→반론 →재반론 ○ 3 차 토론 청중 질문→ 후보자 답변	200명	국내문제	ITV, 알라스터 스튜어트 (Alastair Stewart)
2차					국제문제	SKY, 아담 볼튼 (Adam Boulton)
3차					경제문제	BBC, 데이비드 딤블비 (David Dimbleby)

3) TV토론 프로그램 세부규칙은 27개의 ‘청중의 역할’과 8개의 ‘청중 장면전환’으로 구성되어 있다.

그림 1. 2010 영국 총리선거 TV토론 주요 장면



* 원편에서부터 오른쪽으로 1차, 2차, 3차 리더 토론회 모습



* 토론회 주요 장면 *출처: YouTube.com

(2) 2012 미국 대통령선거 TV토론

미국 2012년 대통령선거는 재선에 나서는 버락 오바마 민주당 후보와 메사추세츠 주지사 출신의 미트 롬니 공화당 후보간의 대결로 이루어졌다. TV토론은 3주간에 걸쳐 3개 주를 순회하며 모두 3회에 걸쳐 진행되었다. 1차 토론회는 콜로라도 주에 있는 덴버 대학교(University of Denver)에서 개최되었고, 2차는 뉴욕 훅스트라 대학교(Hofstra University)에서, 3차 토론회는 플로리다 주에 있는 린 대학교(Lynn University)에서 진행되었다.

토론회 시간은 세 번의 토론회 모두 동부 표준시간으로 수요일 오후 9시부터 10시 30분까지 90분간 진행되었다. 1차 토론회는 두 후보가 각각 독립된 연단 앞에 서서 무대 정면을 바라보면서 토론하는 형식을 선택했다. 공영방송 PBS 앵커 짐 레러(Jim Lehrer)의 사회로 진행되었으며, 토론의 주제는 경제, 의료, 정부 역할 등을 포함한 국내문제에 한정했다. 후보자 정면에는 청중들이 자리 잡았고, 사회자는 청중석 쪽 무대 가장자리에 후보자를 향해 앉아서 토론회를 진행했다. 15분짜리 쟁점별 토론(segments) 6회로 나뉘었고, 각 질문에 대해 2분의 답변 시간이 주어졌다. 기조발언은 없었으며 토론의 말미에 2분의 마무리 발언이 있었다.

시청률 조사기관인 닐슨에 의하면, 7천만 명이 넘는 미국인이 1차 토론회를 시청한 것으로 나타났다. 이 수치는 8천60만 명이 시청한 1980년 지미 카터 대 로널드 레이건 토론회 이래 가장 높은 것이다. 여기에는 사무실, 레스토랑, 공항 등 공공장소에서 시청한 사람들과 핸드폰이나 인터넷 혹은 스마트폰 등을 통해 토론회를 본 시청자들은 포함되지 않았다. 11개의 방송 채널이 이 토론회를 중계했다. 1천1백30만 명의 시청자가 ABC를 봤으며, 1천1백1십만 명이 NBC를, 1천60만 명이 CBS를 시청한 것으로 나타났다. 폭스 뉴스 채널(Fox News Channel)은 1천40만 명, The Fox는 6백9십만 명, CNN이 6백만명 순으로 기록됐다.

두번째 토론회는 타운홀 미팅 형식을 채택했다. CNN 앵커 캔디 클롤리(Candy Crowley)로부터 소개받은 두 후보가 청중의 박수를 받으며 무대 중앙으로 걸어 나오면서 토론회가 시작됐다.

청중들은 매우 가까운 거리에서 후보자가 토론하는 모습을 지켜보았고, 그 중 일부는 후보자에게 질문을 던지는 기회를 가질 수 있었다. 질문자는 지지후보를 정하지 않은 청중 중에 미리 선택했다. 후보자는 마이크를 한 손에 잡은 채 질문한 청중 앞으로 나아가 자신의 정책과 생각을 설명했고, 사회자는 청중을 등 뒤에 두고 앉아서 토론회를 진행했다. 타운홀 방식의 2차 토론은 토론의 역동성과 현장감, 긴장감을 더했고, 이로 인해 시청자들의 토론회에 몰입할 수 있었고, 흥미롭게 시청했다. 6천5백만 명이 넘는 시청자가 토론회를 감상했다는 닐슨의 시청자 조사가 이 토론회가 성공리에 진행됐음을 확인시켜준다 할 것이다.

세 번째 토론회는 플로리다 주 보카 레이틴에 자리하고 있는 린(Lynn) 대학교에서 CBS 앵커 밥 셰이퍼(Bob Schieffer)의 사회로 진행됐다. 토론회 진행방식은 첫 번째 토론회와 동일했고, 무대 세팅은 두명의 후보자와 사회자가 무대 중앙의 테이블에 삼각을 이루고 앉아서 토론하는 방식이었다. 토론의 주제는 외교정책이었고, 8회의 쟁점별 토론으로 진행되었으며, 후보들에게는 2분 동안의 답변시간이 주어졌다. 이후 동일한 주제에 대해 자유롭게 토론하는 형식을 취했다. 5천9백20만 명의 미국인들이 3차 토론을 지켜본 것으로 조사됐다.

시청자의 이해를 돕기 위한 방송사의 세심한 배려도 있었다. ABC는 토론회 방송 도중 후보자가 리비아 문제를 언급할 때 리비아가 표시된 중동 지도를 화면 아래에 보여주었다. 또한 트위터에서 실시간으로 오고가는 트윗 내용과 외교정책의 우선순위와 관련된 자체 여론조사 결과도 보여주었다. 앞선 두 토론회와는 달리 오바마 vs. 롬니 분할화면을 일부 사용하기도 하였다.

그림 2. 2012 미국 대통령선거 TV토론 주요 장면



* 왼쪽에서부터 오른쪽으로 1차, 2차, 3차 토론회 모습



* 토론회 주요 장면들 *출처: YouTube.com

(3) 2013 독일 총리선거 TV토론

2013년 독일 총선에는 기민·기사당(CDU/CSU) 연합의 앙겔라 메르켈(Angela Merkel)과 사민당(SPD)의 피어 슈타인브뤽(Pee가 Steinbruck)이 출마하였다. TV토론은 제1공영 ARD, 제2공영

ZDF, 민영 RTL, 그리고 ProSieben 등 4개의 방송사가 공동으로 주관하였으며, 선거 3주 전인 9월 1일(일) 저녁 8시 30분부터 약 90분 동안 1회에 한해 진행되었다.

독일의 총리후보 TV토론에는 청중을 배석시키는 타운홀 형식을 취하지 않는다. 대신에 각 주관방송사를 대표하는 보도국장이나 앵커, 정치나 시사 관련 토크 프로그램 진행자들이 사회를 맡는다. 이러한 기준에 따라 선정된 사회자는 ARD의 안네 빌(Anne Will, 여), ZDF의 마이브리트 일너(Maybrit Illner, 여), RTL의 페터 크뢰펠(Peter Kloeppel, 남), ProSieben의 슈테판 랍(Stefan Raab, 남) 등 총 4명이다.

두 명의 후보자가 토론장 중앙에 나란히 설 수 있도록 연단이 마련되었으며, 4명의 사회자들은 후보자들의 맞은편에 서도록 배치되었다. TV토론은 사회자의 오프닝 타이틀(opening title)과 후보자 소개로 시작되며, 4명의 사회자가 2개 그룹을 이루어 번갈아가며 두 후보자에게 질문하는 방식을 취하고 있다. 후보자들의 기조연설은 허용되지 않으며, 바로 사회자의 일반 질문과 이에 대한 후보자들의 답변, 그리고 사회자의 주제별 질문과 이에 대한 후보자의 답변 순으로 이어졌다. 마지막 순서로 후보자의 마무리 발언시간이 주어지고, 사회자의 마무리 멘트와 함께 토론이 종료된다.

토론주제로는 재정, 노동 및 사회보장, 보건, 안보, 현안 등 5개의 현안, 17개의 세부문제가 다루어졌다. 토론주제는 4개의 주관방송사들이 회의를 통해 결정하고, 방송 1주일 전에 각 후보자에게 5개의 핵심어가 무엇인지를 공개한다. 이외에도 사회자들은 깜짝 질문을 준비하기도 하는데, 이번 TV토론에서는 “독일 정치인들의 소득이 높은가?”에 대한 질문이 이루어졌다.

사회자의 역할은 상대적으로 유연했다. 90초 이내로 제한되어 있는 답변시간을 초과하여도 별다른 제재를 가하지 않았으며, 질문당 최대 2개의 추가 질문만 허용되는데도 이를 반드시 준수하지는 않았다. 그러나 결과적으로 후보자 간 질문과 답변, 반론 등이 자연스럽게 이어지면서 보다 역동적인 토론이 이루어졌다고 평가되었다(최영돈·이종희, 2014). 또한 이번 TV토론은 토론 시작부터 첫 번째 질문까지 26초가 소요되어 진행절차를 간소화함으로써 시청자의 관심을 유도하는데 중요한 역할을 했다고 평가되었다.⁴⁾

토론장에는 총 9대의 카메라가 설치되었다. 2대는 4명의 사회자 뒤쪽에 설치하여 후보들을 정면으로 보여주고, 4대는 무대 우측과 좌측에 각각 2대씩 설치하여 2명의 후보와 4명의 사회자들을 양쪽에서 볼 수 있도록 하였다. 또한 다른 2대는 2명의 후보 좌측과 우측 뒤에서 사회자들의 모습을 정면으로 보여줄 수 있도록 설치되었으며, 전체 토론회장을 풀 샷으로 잡을 수 있도록 스튜디오 천장에도 1대의 카메라를 설치하였다. 이러한 배치와 다양한 기술을 통해 보다 역동적인 화면을 구성하여 보는 이로 하여금 긴장감과 몰입도를 배가시켰다.

TV토론 시청률은 4개의 주관방송사의 시청률 모두를 더한 50.7%로 집계되었다. 1,756만명이 TV토론을 시청한 것이다. 이처럼 선거에 대한 높은 관심은 인터넷 검색어 순위와 트위터의 트윗 빈도수에서도 나타났다. 선거 전일 독일 구글트렌트(Google Trends)의 검색어 순위 1-3위 모두

4) 최영돈과 이종희(2014)에 따르면, 2009년에 있었던 독일 총리후보의 TV토론의 경우, 오프닝 타이틀에서부터 첫 번째 질문까지 걸린 시간은 1분 19초였으며, 한국의 2012년 제18대 대통령선거에서는 3분에 근접했다면서 2013년의 독일의 사례를 눈여겨보아야 한다고 하였다.

TV토론에 관한 것으로 나타났으며, 토론 중 특정 쟁점에 대한 메르켈 총리의 발언 순간 트윗수는 분당 2,500건을 상회했던 것으로 조사되었다(최영돈·이종희, 2014). 이러한 사례들은 정치에 대한 독일 국민들의 높은 관심을 보여줄 뿐만 아니라, SNS를 통해 적극적으로 정치정보를 공유하고 있음을 보여준다.

표 3. 2013 독일 총리선거 TV토론

토론회	방송제목	시간	진행방식	방청객	사회자
9.1 (일)	TV 맞대결 메르켈-슈타인브뤽 (Das TV-Duell Merkel-Steinbrück)	20:30- 22:00 (90분)	사회자 일반질문 → 후보자 답변 → 주제별 사회자 질문 → 후보자 답변 → 후보자 마무리 발언	없음	ARD, 안네 빌 (Anne Will) ZDF, 마이브리트 일너 (Maybrit Illner) RTL, 페터 크뤼펠 (Peter Kloeppel) ProSieben, 슈테판 랍 (Stefan Raab)

그림 3. 2013 독일 총리선거 TV토론 주요 장면



* 출처: YouTube.com

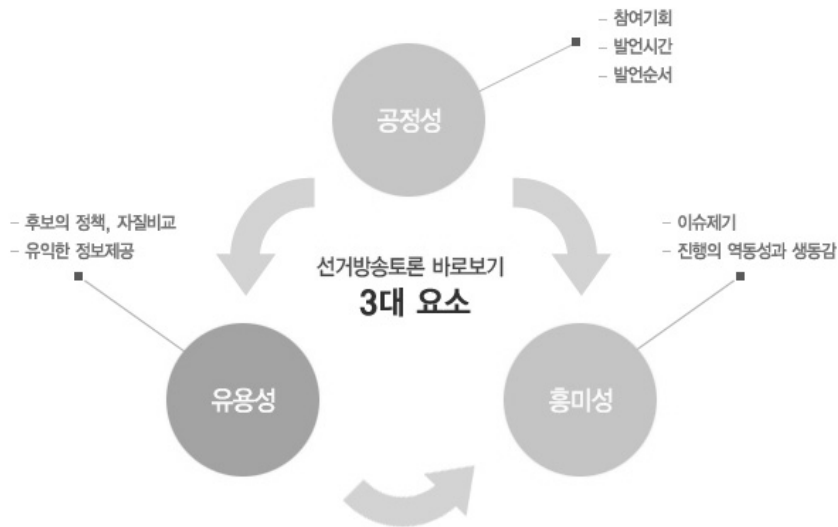
3. 선거방송토론회의 3대 요소

선거방송토론회는 저비용 고효율 선거캠페인을 하자는 취지로 도입되었다. 대규모 동원유세나 조직에 기대어 선거를 하게 되면 많은 금전적 비용이 수반되어야 하고, 자본력의 규모에 따라 선거결과가 좌우될 수밖에 없으며, 선거의 공정성도 기대할 수 없다. 또한 기존의 선거제도는 후보자의 공직적격을 검증할 수 있는 수단이 극히 제한되어 있고, 조직 동원 선거의 장벽으로 인해 능력 있고 참신한 신인들이 정치계로 진입할 수 있는 기회가 원천적으로 봉쇄되다시피 했다. 이러한 난제와 구조적 모순을 극복하기 위한 수단으로 선거방송토론회가 도입된 것이라고 볼 수 있다. 물론 방송미디어의 발달과 정치현실에서의 적용도 TV토론회 도입을 가능케 한 것이라 할 수 있다.

후보자 TV토론회가 기대했던 바를 제대로 수행했는지 판단하기 위한 기준으로 공정성, 유용성, 흥미성을 들 수 있다(권혁남, 2009). 선거방송토론회위원회도 토론회의 목표로 이 세 가지 요소를 제시하고 있듯이, 토론회가 각각의 요소들을 어느 정도 충족시켰는지 분석하는 것은 후보자 토론회 개선을 위한 선행조건이라 하겠다.

TV토론회가 공정하지 않으면 토론회 개최의 정당성에 대한 불신이 생기게 되고, 궁극적으로는 후보자뿐만 아니라 유권자들로부터도 외면당하게 된다. 또한 후보자의 공약이나 정책, 후보자의 자질 등에 관한 충분하고 유용한 정보를 제공하지 못한다면 공직적격을 검증하는 일은 요원할 수밖에 없다. 토론회가 공정성과 유용성을 확보했다고 하더라도 포맷과 진행상의 역동성, 긴장감, 몰입감 등이 결여되어 있다면 흥미성을 담보했다고 볼 수 없을 것이다. 이러한 이유로 위의 세 가지 요소들은 밀접한 상호 유기적 관계 속에 있다고 할 수 있다.

그림 4. 선거방송토론 3대 요소



* 출처: 중앙선거방송토론위원회

1) 공정성

선거방송토론회의 공정성은 모든 후보자에게 토론에 참여할 수 있는 공정한 기회와 동등한 토론의 권리 부여를 통해 확보될 수 있다. 토론회는 상대가 있는 싸움을 하는 것이기 때문에 규칙은 물론이고 심판도 공정해야 한다. 토론회 참여의 균등 기회 제공, 토론회에서의 발언 시간과 순서 등을 통해 공정했느냐를 판단하게 된다. 더불어 좌석 배치, 사회자 선정, 질문 내용 등에 있어서 후보자에게 불공정하지 않도록 하는 것도 공정성을 확보하는 방안 중 하나라 하겠다. 카메라 줌인, 줌아웃, 클로즈업 등과 같은 카메라 워킹의 문제 역시 공정성과 관련된 요소이다.

종종 TV토론회에 참여할 수 있는 후보자의 자격을 두고 법적 시비가 일기도 한다. 현행 지방자치단체장선거 후보자 초청 기준은 공직선거법 제82조의2 제④항 제3호의 규정을 따르고 있다. 토론회 참여 자격을 갖기 위해서는 다음 중 한가지 조건을 충족시켜야 한다. 첫째, 국회의원 5인 이상의 소속의원을 가진 정당이 추천한 후보, 둘째, 최근 4년 이내 해당 선거구에 입후보하여 유효투표총수의 10% 이상을 득표한 후보, 셋째, 언론기관이 실시한 여론조사 평균 지지율이 5% 이상인 후보 등이다.

이처럼 토론회 초청 후보자의 조건을 법으로 명확하게 규정하고 있음에도 불구하고, 선거법 조

항이 비초청후보자의 평등권을 위배했다는 이유로 위헌소송이 제기되기도 한다. 헌법재판소는 아래와 같은 이유로 공직선거법 제82조의2 제④항 제3호가 평등권을 위배하지 않기 때문에 합헌이라고 결정했다. “방송매체를 이용한 대담·토론회에 참여할 수 있는 후보자를 아무런 제한 없이 할 경우 실질적인 대담이나 토론이 이루어질 수 없어 정견발표회 수준으로 전락할 수 있고, 후보자들간의 자질과 정치적인 능력의 비교가 불가능해질 개연성이 있고, 전파자원 역시 한정되어 있는바, 이 사건 법률조항이 주된 대담·토론회에 참여할 수 있는 후보자를 일정한 범위로 제한하는 것은 위와 같은 입법자의 합리적 판단에 기인한 것이라고 할 수 있다.”⁵⁾ 또한, 비초청대상후보자를 위해서는 대담이나 방송토론회를 개최할 수 있도록 별도의 규정을 두고 있어서 해당 법률조항이 평등권을 침해했다고 보기는 어렵다고 판시했다.

하지만 TV토론회에 초청받지 못한 후보자에게는 이러한 규제가 여전히 불공정한 것으로 받아들여진다. 별도의 토론회나 방송연설을 통해 선거운동을 할 수 있는 기회를 부여하는 것 자체가 여전히 차별적이라는 주장이다. 일부 현재 재판관들도 “선거방송토론위원회가 방송에 의한 선거운동에 일부 후보자를 참여시키지 아니하는 것은 선거권자에게 대담·토론회에 초청된 후보자와 초청받지 못한 후보자를 차별하여 인식시키는 기능을 하여 선거결과에 치명적인 차이를 가져올 수 있게 하고, 비초청후보자가 위와 같은 차별효과를 극복할 방법도 찾기 어렵다.”는 이유로 공직선거법 제82조의2 제④항 제3호가 위헌이라는 의견을 표명하고 있다.

결론적으로 후보자 초청과 관련한 공정성 논란은 현재의 합헌결정으로 상당부분 수면 아래로 가라앉았으나 불씨는 여전히 살아있는 것으로 보인다.

2) 유용성

TV토론회의 유용성은 유권자가 후보자의 공직적격을 판단할 수 있는 유용한 정보를 토론회를 통해서 충분히 받을 수 있느냐로 판단할 수 있다. 다시 말해, 토론회가 후보자의 정책이나 공약 등 유권자 선택에 필요한 정보를 충분하게 제공해야 한다는 것이다. 또한 범국민적 이슈를 토론의 주제로 삼아 후보자가 어떠한 의견과 입장을 견지하고 있는지를 확인할 수 있어야 하며, 토론자의 준비와 자질 등이 분명하게 드러날 수 있도록 하여 시청자의 판단에 기여할 수 있어야 한다. 뿐만 아니라 제기된 후보자에 관한 의혹을 검증할 수도 있어야 한다(김경호, 2013). 단순한 정보제공이 아니라 토론내용과 보여지는 모든 것들이 전체적으로 공복으로서의 후보자 적격을 판단하는 데에 유용해야 한다는 것이다.

실제 선거과정에서는 후보자와 관련한 무수히 많은 의혹들이 제기된다. 그것들 중에는 공적 관심사에 관한 것도 있지만 지극히 사적인 것도 있다. TV토론회가 갖는 파괴력을 의식한 계획적인 전략의 일환으로 상대 후보에 대한 의혹을 의도적으로 제기하는 경우가 적지 않다. 분명한 것은 제기된 의혹이 중대한 공적 관심사에 관한 것이라면 토론회에서 공개적으로 논의되고 검증될 수 있도록 해야 한다는 것이다. 사안이 중대함에도 불구하고 제기된 의혹의 본질을 검증하지 못하는 경우, TV토론회가 자칫 후보자들의 일방적인 정책설명회장으로 전락될 가능성이 농후하다.

대법원도 의혹 검증의 필요성을 인정하는 판결을 내린 바 있다. 재판부는 “공직선거에 있어서

5) 헌법재판소 2011. 5. 26. 자 2010헌마451 결정.

후보자의 공직담당 적격을 검증하는 것은 필요하고도 중요한 일이므로 그 적격검증을 위한 언론의 자유도 보장되어야 하고, 이를 위하여 후보자에게 위법이나 부도덕함을 의심하게 하는 사정이 있는 경우에는 이에 대한 문제 제기가 허용되어야 하며, 공적 판단이 내려지기 전이라 하여 그에 대한 의혹의 제기가 쉽게 봉쇄되어서는 아니 된다.”⁶⁾ 다만, 박약한 근거를 토대로 한 의혹 제기를 광범위하게 허용할 경우 그 내용이 사실무근이나 나중에 밝혀진다고 하더라도 “임박한 선거에서 유권자들의 선택을 오도하는 중대한 결과가 야기되고 이는 오히려 공익에 현저히 반하는 결과가 되므로, 후보자의 비리 등에 관한 의혹의 제기는 비록 그것이 공직적격 여부의 검증을 위한 것이라 하더라도 무제한 허용될 수는 없고 그러한 의혹이 진실인 것으로 믿을 만한 상당한 이유가 있는 경우에 한하여 허용”된다는 조건을 달았다.

요약하자면, 후보자의 정책이나 공약에 대한 충분한 토론과 선거과정에서 제기된 중대한 공적 관심사에 대한 의혹 제기에 대한 검증이 제대로 이루어져야 TV토론회의 유용성이 높은 평가받을 것이고, 흥미성을 높이는 데도 기여할 것이다.

3) 흥미성

TV토론회에서 토론되어지고 보여지는 모든 것은 흥미성과 관련된 것이라 할 수 있다. 토론회 포맷, 후보자 토론 능력, 사회자 신뢰성, 방청객 존재 여부, 토론회 장소, 스튜디오 세팅, 토론방식 등 토론회의 거의 모든 요소들은 흥미성에 영향을 미친다. TV토론회가 공정하게 진행되고 또 유용한 정보를 제공한다고 해도 유권자들을 시청자로 만들지 못한다면 토론회의 영향력이나 효율성이 크게 위축될 수밖에 없다. 역동성과 생동감, 긴장감과 몰입감 등을 체감할 수 있는 토론회가 되어야 유권자들의 흥미성을 이끌어낼 수 있고, 토론회가 궁극적으로 추구하는 바를 달성할 수 있게 된다.

유권자들이 TV토론회가 흥미롭지 않다고 한다면 거기에는 분명 이유가 있다. 예능 프로그램이어야 할 필요까지는 없지만, 시청자들이 토론회를 통해 즐거움과 만족감을 느낄 수 있어야 하고, 자신이 생각하는 바를 대신 말해줄 수 있어야 한다. 그래서 토론회를 통해 뭔가 답을 얻었다는 느낌, 즉 대리정치의 카타르시스를 느낄 수 있어야 한다.

TV토론회의 흥미성은 시청률로 판단할 수 있다. 전술한 바와 같이, 외국 토론회의 시청률은 높게 나타나고 있다. 2010 영국 총리후보선거 토론방송은 60-70%의 시청률을 보였고, 2012 미국 대통령선거 토론회는 6-7천만 명의 미국 유권자가 시청한 것으로 조사됐다. 2013 독일 총리선거 토론회의 경우도 50%를 넘는 시청률을 보였다. 이에 반해 우리나라의 지난 18대 대통령선거 TV토론회는 20-30% 중반대를 기록했고, 6·4지방선거 TV토론회는 7.4%의 시청률에 그치는 등 외국의 TV토론회에 비해 현저하게 낮은 시청률을 보이고 있다. 이처럼 낮은 시청률은 토론회의 흥미성이 낮다는 것으로 이해된다.

이번 지방선거에서 지상파 3사의 시청률을 모두 합산한 것이 동 시간대 방송된 예능프로그램 시청률에도 미치지 못했다는 것은 TV토론회가 유권자들의 흥미를 끌지 못했음을 확인시켜주는 것이라 할 수 있다. 또한 설립된 지 2년차 종편채널의 토론회 시청률이 지상파 3사의 시청률 과

6) 헌법재판소 2011. 5. 26. 자 2010헌마451 결정.

반보다 높게 나타난 것은 선거방송토론위원회가 주관하는 토론회가 흥미성 측면에서 다소 문제가 있음을 재차 확인시켜주는 것이라 할 수 있을 것이다.

토론회의 흥미성을 확인할 수 있는 다른 방법으로 언론 보도량을 들 수 있다. ‘토론회가 얼마나 높은 언론의 관심을 불러일으켰느냐’를 보는 것으로 토론회와 관련된 언론의 기사량(보도량)에 따라 그 토론회가 성공한 흥미로운 토론회였는지 확인할 수 있다는 것이다. Naver를 통해 검색한 결과, 5월 26일 선거방송토론위원회가 주관한 토론회와 관련된 기사는 총 40여건으로 조사되었다. 반면 JTBC 토론회는 예고편을 포함하여 토론의 내용과 쟁점들을 다룬 기사가 총 300여건이 넘게 보도되었음을 확인할 수 있었다. 이는 시청률과 보도량 사이에 정적 상관관계가 존재함을 보여준다.

진행자 ‘손석희’의 브랜드, 박원순 대 정몽준 후보 간 일대일 토론 형식, 선거에 임박한 토론회 시점, 프라임타임 시간대 등의 요소들이 토론회에 투영돼 그만큼 흥미를 더 한 것으로 분석된다. 언론의 사전 보도량이 많으면 토론회의 시청률을 리드하게 되고, 높은 시청률은 다시 사후 보도량을 증가시키는 이른바 ‘보도량과 시청률 사이의 선순환구조’를 확인할 수 있다.

4. TV토론회 운영상의 문제점과 개선 방안

1) 대학생 TV토론회 설문조사 결과 분석

설문조사는 지난 6월 9일부터 16일까지 일주일 동안 전국의 10개 대학⁷⁾ 429명의 학생들을 대상으로 실시됐다. 응답자의 인구통계학적 속성을 살펴보면, 성별에서는 여성 119명(53.6%), 남성 103명(46.4%)으로 나타났다. 연령에서는 21세-25세가 166명(74.8%), 26세-30세 30명(13.5%), 20세 미만 20명(9.0%), 31세 이상이 6명(2.7%) 순으로 나타났다. 응답자의 거주지역을 보면, 서울, 경기, 인천이 75명(33.9%)으로 가장 많았고, 그 다음으로 충청북, 대전, 세종시 36명(16.3%), 부산, 경남, 울산 31명(14.0%), 제주 26명(11.8%), 대구, 경북과 광주, 전남북이 각각 22명(10.0%), 강원 9명(4.1%) 순으로 나타났다. 지지하는 정당이 있는지에 대한 질문에는 132명(59.5%)이 없다고 응답하였으며, 90명(40.5%)이 있다고 응답하였다.

7) 2014년 6월 현재 강원대학교, 동명대학교, 성공회대학교, 영남대학교, 인하대학교, 전남대학교, 제주대학교, 청주대학교, 충남대학교, 한양대학교에 재학 중인 학생들을 상대로 설문이 이루어졌다.

표 4. 응답자의 인구통계학적 속성⁸⁾

구분	빈도(명)	비율(%)	
성별	남	103	46.4
	여	119	53.6
	합계	222	100.0
연령	20세 미만	20	9.0
	21세-25세	166	74.8
	26세-30세	30	13.5
	31세-35세	4	1.8
	36세 이상	2	0.9
	합계	222	100.0
지역	서울 경기 인천	75	33.9
	부산 경남 울산	31	14.0
	대구 경북	22	10.0
	충남 충북 대전 세종시	36	16.3
	광주 전남 전북	22	10.0
	강원	9	4.1
	제주	26	11.8
	합계	221	100.0
지지정당	있음	90	40.5
	없음	132	59.5
	합계	222	100.0

응답자의 38%인 163명이 6·4 지방선거 후보자 초청 토론회를 시청했다고 응답했고,⁹⁾ 62%인 266명은 TV토론회를 보지 않았다고 대답했다. 전체 응답자의 3분의 1정도만 토론회를 시청한 것으로 나타났다. 토론회를 시청하지 않은 이유에 대해서는 시간이 없어서 104명(39.1%), 관심이 없어서 89명(33.5%), 정보가 없어서 38명(14.3%), 기타 29명(10.9%) 순으로 나타났다. 기타 응답에는 '탁상공론만 하기 때문', 'TV 자체를 보지 않음', '정치인은 다 똑같다고 생각함' 등이 있었다.

표 5. TV토론 시청여부와 미시청 이유

구분	빈도(%)	미시청 이유	빈도(%)
시청	163(38.0)		
미시청	266(62.0)	시간이 없어서	104(39.1)
		관심이 없어서	89(33.5)
		정보가 없어서	38(14.3)
		기타	29(10.9)
		무응답	6(2.3)
합계	429(100.0)	합계	266(100.0)

8) 본 설문조사는 전국 10개 대학 429명의 대학생을 대상으로 조사되었으나, 인구통계학적 속성에 대하여 응답한 응답자는 221-222명에 그친 것으로 나타났다. 인구통계학적 속성에 응답하지 않은 학생들은 대부분 이번 6·4지방선거에서 TV토론을 시청하지 않은 학생들이다.

9) 응답자의 90%는 신문방송, 언론홍보, 커뮤니케이션 등 TV토론과 관련이 있는 학과 학생들로, 이들의 시청률이 언론을 전공하지 않는 일반 대학생들보다는 높을 수 있다는 점을 유념할 필요가 있다.

후보자 TV토론이 유권자 선택에 도움이 되는지에 대해 묻는 질문에 61.3%가 도움이 된다고 대답했다. 토론회를 시청한 뒤 자신이 지지하는 후보자가 바뀌었는지에 대해서는 15명(9.0%)의 응답자가 그렇다고 대답했다.¹⁰⁾ 토론회가 흥미 있었느냐는 물음에는 51.5%의 응답자가 긍정적으로 대답했다. ‘그저 그렇다’와 ‘그렇지 않다’는 응답도 각각 35.3%, 13.2%로 절반에 가까운 응답자들이 토론회에 대해 흥미를 느끼지 못하고 있는 것으로 조사됐다. TV토론이 왜 흥미가 없다고 생각하느냐에 대한 질문에는 43.2%가 ‘후보자의 토론 준비 부족 및 토론내용의 질적 저하’를 꼽았고, 40.5%는 ‘후보자간 정책 및 공약의 차별성 부족’을 들었다. 기타 응답으로는 ‘진행이 마음에 들지 않음’, ‘지나친 네거티브 토론화’, ‘후보자들의 자질이 낮음’, ‘허황된 공약 남발’, ‘후보간 정책의 방향성 모호’ 등이 있었다.

표 6. TV토론의 흥미성에 대한 응답과 흥미 없음 이유

구분	매우 그렇다	그렇다	그저 그렇다	그렇지 않다	매우 그렇지 않다	전체 (빈도, %)
흥미	22(13.2)	64(38.3)	59(35.3)	18(10.8)	4(2.4)	167(100.0)
흥미 없음 이유 ¹¹⁾						37(100.0)
			정책 및 공약 등 재미없는 토론 주제, 1(2.7)			
			토론 준비 부족 및 토론 내용의 질적 저하, 16(43.2)			
			후보자간 정책 및 공약 차별성 없음, 15(40.5)			
			기계적인 중립성에 치우침, 2(5.4)			
			기타, 8(8.1)			

TV토론회를 통해서 공약을 확인할 수 있었느냐는 질문에 대해서는 48.5%가 ‘그렇다’고 대답했고, 13.9%는 ‘그렇지 않다’고 답했다. 토론의 주제가 적절했는지에 대해서는 50.9%가 ‘그렇다’, 41.9%는 ‘그저 그렇다’라고 대답했다. TV토론의 공정성을 묻는 질문에 대해서는 60.5%가 ‘그렇다’고 말했고, ‘그렇지 않다’고 응답한 사람은 8.4%로 조사돼, 토론회의 공정성에 대해서는 높은 점수를 얻고 있는 것으로 보인다.

후보자들의 토론이 깊이가 있었느냐는 물음에는 39.8%가 ‘그저 그렇다’라고 응답했고, 42.1%의 응답자는 ‘그렇지 않다’고 답해 토론의 깊이에 대해서는 대체적으로 비판적인 시각을 보이는 것으로 나타났다. 앞서 ‘후보자의 토론 준비 부족 및 토론내용의 질적 저하’가 토론회의 흥미를 반감시키는 요인으로 조사됐는데, 같은 맥락에서 후보자의 토론회 준비 부족과 자질 부족으로 인해 깊이가 있는 토론이 이루어지지 못한다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

사회자의 역할에 대해서는 62.9%가 적정했다고 응답했고, 토론회의 시간(길이)에 대해서는 44.6%가 ‘적정하다’, 36.1%는 ‘그저 그렇다’고 응답해 토론 시간에 대해서는 특별히 문제의식을

10) TV토론 시청 이후에 자신이 지지하는 후보가 바뀌었는지에 대한 질문에는 전체 167명이 응답하였다. 그 가운데 15명(9.0%)이 후보가 바뀌었다고 응답하였고, 152명(91.0%)이 그렇지 않다고 응답하였다.

11) TV토론이 흥미로웠느냐에 대한 항목에 대하여 ‘그렇지 않다’와 ‘매우 그렇지 않다’라고 응답한 응답자에 한해 그 이유가 무엇인지에 대하여 추가로 질문하였다. 그러나 ‘그저 그렇다’라고 응답한 일부 응답자들도 TV토론이 흥미롭지 못했던 이유에 대하여 응답함에 따라 보다 다양한 의견을 수렴하기 위하여 여기에서는 그들의 응답까지 반영하였다.

갖고 있지 않은 것으로 보인다. 토론회가 진행된 시간대의 적정성에 대해 묻는 질문에는 45.2%가 ‘적정하다’고 답했고, 28.3%는 ‘적정하지 않다’, 26.5%는 ‘그저 그렇다’고 응답했다. 밤 11시 이후에 시작해 새벽 1시 가까이에 끝나는 토론회의 시간대에 대해서 부정적인 의견이 적지 않은 것으로 조사됐다.

토론회의 형식(포맷)에 대해서는 50.0%가 적정하다고 응답했다. 진행방식과 관련된 세부 질문에서, ‘기조발언-공통질문-주도권 토론-마무리 발언’ 형식의 토론회 진행이 바람직한지 묻는 질문에 대해 60.8%가 ‘그렇다’고 답했다. ‘후보자 답변-반론-재반론’ 형식의 후보자간 토론 진행방식에 대해서는 57.8%가 ‘바람직하다’고 답했고, 12.6%는 ‘그렇지 않다’고 답했다. 후보자들이 개별 테이블을 앞에 두고 정면을 향해 앉은 상태에서 진행하는 형식에 대해서는 45.2%가 ‘바람직하다’고 응답한 반면, 30.1%는 ‘바람직하지 않다’고 응답해, 스튜디오 안에 후보자가 앉은 상태에서 진행하는 토론회 방식에 대해서는 부정적인 시각이 상당한 것으로 나타났다.

TV토론회가 다른 사람들에게 영향을 미칠 것이라고 생각하느냐에 대해 묻는 질문에 63.3%가 ‘그렇다’고 대답했고, 14.5%는 ‘그렇지 않다’고 응답했다. 마지막으로 TV토론회 시청을 권장하겠느냐는 물음에 63.3%가 ‘그렇다’고 대답한 반면, 16.9%는 ‘그렇지 않다’고 대답했다. 이는 다수의 응답자들이 후보자 토론회가 일반 유권자에게 영향을 미칠 것이라고 생각하고 있으며, 토론회의 유용성과 필요성에 공감하여 토론회의 시청을 권장하겠다는 것으로 해석된다.

표 7. TV토론을 시청한 응답자의 세부항목별 응답

구분	매우 그렇다	그렇다	그저 그렇다	그렇지 않다	매우 그렇지 않다	전체 (빈도, %)
선택도움	22(13.1)	81(48.2)	52(31.0)	9(5.4)	4(2.4)	168(100.0)
공약확인	6(3.6)	74(44.8)	62(37.6)	22(13.3)	1(0.6)	165(100.0)
깊이토론	3(1.8)	27(16.3)	66(39.8)	59(35.5)	11(6.6)	166(100.0)
주제적정	4(2.4)	81(48.5)	70(41.9)	11(6.6)	1(0.6)	167(100.0)
공정	12(7.2)	89(53.3)	52(31.1)	11(6.6)	3(1.8)	167(100.0)
사회자 역할	15(9.0)	90(53.9)	51(30.5)	11(6.6)	0(0.0)	167(100.0)
시간적정	4(2.4)	70(42.2)	60(36.1)	23(13.9)	9(5.4)	166(100.0)
시간대	5(3.0)	70(42.2)	44(26.5)	43(26.9)	4(2.4)	166(100.0)
형식	4(2.4)	79(47.6)	68(41.0)	14(8.4)	1(0.6)	166(100.0)
진행형식	7(4.2)	94(56.6)	42(25.3)	20(12.0)	3(1.8)	166(100.0)
반론재반론	8(4.8)	88(53.0)	49(29.5)	17(10.2)	4(2.4)	166(100.0)
착석진행	9(5.4)	66(39.8)	41(24.7)	44(26.5)	6(3.6)	166(100.0)
영향여부	18(10.8)	87(52.4)	37(22.3)	24(14.5)	0(0.0)	166(100.0)
권장	25(15.1)	80(48.2)	33(19.9)	26(15.7)	2(1.2)	166(100.0)

2) 토론회 포맷(형식)

서울시장선거 TV토론회를 비롯한 대부분의 시·도지사 및 지방자치단체장선거 TV토론회의 포맷은 대동소이하다고 할 수 있다. 방송국 스튜디오 안에서 진행되는 토론 포맷으로 후보자들이 개별적으로 독립된 테이블 앞에 앉아서 정면을 응시한 채 토론하는 형식이다. 2007년과 2012년

대통령선거 TV토론을 포함하여 국내 대부분의 선거방송 TV토론회에서 차용해 온 전형적인 포맷이다.

이러한 포맷은 토론자에게 독립된 공간 영역을 확보해줌으로써 토론자가 편안하고 안정적인 느낌으로 토론에 집중할 수 있게 한다는 장점을 갖고 있다. 시청자 입장에서든 토론자 모두를 한눈에 볼 수 있기 때문에 후보자 비교가 수월하다. 스튜디오 운영 면에서는 토론회 준비와 진행에 있어서 수월성이 높고, 진행도중 예기치 않게 발생할 수 있는 사고의 위험을 통제할 수 있으며, 바스트 샷, 풀샷, 클로즈업 등을 안정적으로 구사할 수 있다. 하지만, 토론의 긴장감과 역동성을 연출하는데 있어서는 약점으로 작용된다.

앞서 살펴본 바와 같이, 미국 2012년 대통령선거에서는 총 세 차례의 토론회가 진행되었는데, 토론회마다 스탠딩, 타운홀, 테이블 착석 방식 등 각기 다른 형식을 취했다. 영국의 경우는 3회 모두 청중들이 무대 앞에 자리하고 있고, 후보자들이 무대 중앙에 개별 테이블을 두고 선 자세로 토론하는 스탠딩 방식을 채택했다. 독일은 4명의 사회자가 2명의 후보자를 상대로 테이블 맞은편에서 얼굴을 맞대고 선 채로 질의응답 하는 포맷을 채용하고 있다.

토론회의 흥미성과 역동성을 고려한다면, 미국의 2차 토론회에서 차용한 타운홀 방식은 눈여겨 볼만하다. 비용의 문제가 있을 수 있으나 2%대의 저조한 시청률로 인해 낭비되는 전파 비용에 비하면 투자의 가치가 충분하다고 판단된다. 서울의 지상파 3사는 장비나 인력 면에서 외국의 TV토론을 능가하는 토론회를 연출할 수 있다. 문제는 기존 틀에서 벗어나 새로운 포맷의 도입을 시도하지 않고 있다는 점이다. 꼭 타운홀 방식이 아니더라도 우리 토론 프로그램에서 다양한 방식의 포맷을 활용해 본 적이 있는 만큼 적극적으로 검토할 필요가 있다.

(1) TV토론회 방송시간대와 토론회 시간

서울시장선거 TV토론회는 밤늦은 시간인 오후 11시 15분부터 다음날 새벽 0시 45분까지 약 90분간 진행됐다. 부산, 대구, 광주를 포함한 대부분의 광역시장선거 후보자 토론회 역시 저녁 11시가 넘은 시간에 시작했다. 이 시간은 방송국의 메인 뉴스, 드라마(사극), 시사탐사 프로그램, 시사 토론 프로그램 등과 같은 간판 프로그램들이 모두 종료된 이후로 편성에 유연성을 기할 수 있는 시간이다. 지상파 방송3사의 정규방송 스케줄을 감안하여 토론회 시간대를 정한 것으로 판단된다. 문제는 이렇게 늦은 밤중에 토론회를 개최하게 되면 일찍 잠자리에 드는 경향이 있는 노인층이나 아침 일찍 출근해야 하는 직장인들은 이른 새벽까지 토론회를 시청하기가 부담스러울 수밖에 없다. 아침에 등교해야 하는 대학생들에게도 부담스러운 시간이긴 마찬가지다.

미국의 경우는 세 차례 모두 동부시간 저녁 9시부터 10시 30분까지 90분간 토론회를 진행했다. 시차로 인해 3시간이 늦은 서부지역에서는 오후 6시부터 7시 30분까지 토론회가 진행된 것이다. 영국의 경우는 1차와 3차 토론회는 저녁 8시 30분부터 10시까지 90분간, 2차 토론회는 저녁 8시부터 9시30분까지 90분간에 걸쳐 진행됐다. 독일은 저녁 8시30분부터 10시까지 약 90분간 진행됐다. 이처럼 외국의 주요 후보자 TV토론회는 약간의 차이가 있긴 하지만 모두 프라임타임을 전후로 진행됐다. 우리나라도 2007년 제17대 대통령선거와 2012년 제18대 대통령선거 후보자 토론회의 경우, 오후 8시부터 10시까지 진행된 바 있다.

물론 대통령 선거의 무게를 시·도지사 선거와 비교할 바는 아니지만, 전국에서 지역을 맡아 끌고 갈 수장들을 뽑는 중요한 선거만큼 지방선거 후보자 토론회 역시 프라임타임 대에 진행할 필요가 있다. 그것이 여의치 않다고 한다면, 메인 뉴스가 끝나는 오후 9시 30분 전후, 늦어도 10 시에는 토론회를 시작하여 유권자들의 시간적 접근성을 높이는 것을 고려해야 할 것이다.

설문조사 결과에서도 토론회 방송 시간대에 대한 반응은 호의적이지 않은 것으로 나타났다. 응답자의 54.5%가 늦은 밤 시간대에 토론회를 방송하는 것에 대해 ‘그저 그렇다’ 혹은 ‘그렇지 않다’고 대답했다. 또한 토론회를 시청하지 않았다고 응답한 전체 65.6%의 응답자 중 절반이 넘는 39.6%가 ‘시간이 없어서’ 토론회를 시청하지 못했다고 대답했다. ‘시간이 없어서’라는 말은 두 가지 의미로 해석될 수 있다. 같은 시간에 실제 다른 일을 하느라 TV를 시청하지 못했거나, 취침 중이어서 토론회를 시청할 수 없었던 경우이다. 만약 토론회가 취침 전에 방송되었다고 가정한다면, 취침에 든 유권자의 일부는 토론회를 시청할 가능성이 있다고 볼 수 있다. 결론적으로 토론회를 시청한 유권자나 그렇지 못한 유권자 모두 토론회 개최 시간대에 대해서는 불만족하고 있음을 알 수 있다.

토론회 시간과 관련해서는 앞서 분석한 모든 토론회가 90분 정도의 길이로 진행됐다. 미국과 독일은 2인, 영국과 서울시장선거는 3인의 후보가 토론회에 참여했다. 3명의 후보자가 토론을 한다면, 후보자 1인에게 허용되는 총 토론 시간은 약 25분 내외밖에 되지 않는다. 그나마도 사회자 진행에 소요되는 시간과 기조발언, 마무리발언 등을 빼고 나면 실제 토론을 할 수 있는 시간은 20여분 밖에 되지 않는다. 문제는 4인 이상의 후보자들이 법적 자격요건을 갖추어 토론회에 참여하는 사례도 적지 않다는 것이다. 그러한 경우에는 한 후보자가 실질적으로 토론할 수 있는 시간이 최대 15분 정도에 지나지 않을 것으로 보인다. 따라서 토론 시간을 30분 늘려서 최소한 120분 토론으로 하는 것에 대한 검토가 필요하다.

(2) 사회자 선발 및 사회자의 역할

토론회의 사회자는 ‘불쏘시개’이면서 동시에 ‘소방관’이기도 하다. 토론이 불붙도록 불쏘시개 역할을 하고, 토론회가 너무 과열되면 불을 끄는 소방관 역할을 한다는 뜻에서 그렇게 말한다. 사회자 역할의 중요성을 강조하는 말이다. 사회자의 유형에는 ‘토론 자체만을 중재하는 토론 진행형’, ‘자신의 의견을 개진하지 않고 토론자의 발언을 제지하거나 발언순서 등에 개입하는 토론 진행 개입형’, ‘토론과정에 참여하여 스스로의 의견도 개진하는 토론 개입형’ 등이 있다(이종희·오지양, 2011).

일반 토론회와는 달리 선거방송토론회는 고도의 공정성과 중립성이 요구된다. 중립성은 사회자 역할이 차지하는 부분이 많다. 주어진 시간 안에 질문이나 반론 등을 마무리 하도록 시간을 체크하는 타이머 역할을 함으로써 기계적으로 중립성을 지키려하는 모습, 주변인으로 머물러 있는 모습을 자주 보게 된다.

토론회가 정책설명회로 전락하지 않게 하기 위해서는 중립성을 크게 해치지 않는 범위에서 사회자가 촌철살인 할 수 있는 추가 질문을 던진다거나 진행의 묘를 살리는 것이 필요하다. 단순히 진행에만 집중하는 것이 아니라 유권자가 궁금해 하는 내용을 유권자를 대신해서 후보자들에게

집요하게 질문하는, 그래서 대답을 이끌어내는 보다 적극적인 개입이 필요하다. 그러기 위해서는 사회자가 풍부한 토론진행 경험과 정치적 이슈 등에 관한 전문지식을 갖고 있어야 하며, 토론이 치열하게 진행될 수 있도록 불쏘시개 역할을 할 수 있어야 한다. 그러면서도 공정성을 해치지 않아야 한다. 말하자면, '절제된 토론 개입형의 사회자'가 요구된다.

미국 대통령선거 토론회에서 1·2·3차 모두 권위 있는 전문 언론인이 사회를 맡았고, 진행에 있어서도 추가 질문을 던져 후보자들의 구체적인 대답을 이끌어내는 등 모습을 볼 수 있다. 독일의 경우는 4인의 공동 사회자를 두고 사회자가 각각의 시각에서 후보자의 답변을 이끌어 내고 있다. 두 명의 후보자를 테이블 정면에 자리하게 하고, 테이블 맞은편에 4명의 언론인이 후보자와 얼굴을 맞대고 집중 질문을 던져 후보자를 검증한다. 영국의 경우는 권위 있는 방송인들이 노련하게 토론회를 진행하는 것을 볼 수 있다.

우리나라 국민들은 사회자의 역할에 대해 대체적으로 만족하고 있는 것으로 확인되고 있다. 설문조사 결과를 보면, 사회자의 역할이 적정했는지 묻는 질문에 대해 8.5%의 응답자가 '매우 그렇다'로 대답했고, 53.9%는 '그렇다'로 대답했다. 이 둘을 합친 62.4%의 응답자가 사회자의 역할에 대해 적정했다고 판단하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 대중적 인지도와 신뢰가 있는 언론인이나 교수들이 진행을 맡고 있고, 공정한 시간 배분과 이에 대한 적절한 제재를 하고 있기 때문이라고 해석할 수 있다.

그럼에도 불구하고 선거방송토론위원회가 주관하는 TV토론이 유권자들로부터 더 많은 호응을 얻기 위해서는 사회자의 보다 적극적인 역할이 필요하다고 판단된다. JTBC 서울시장후보자 토론회에서 손석희 앵커의 '토론 개입형' 진행이 비교적 높은 시청률을 견인했다는 사실을 상기할 필요가 있다.

(3) 청중의 참여

토론회에 청중이 참여하는 것은 흥미를 높일 수 있는 중요한 요소 가운데 하나이다. 2012 미국 대통령선거 TV토론회는 3회 모두 청중을 두고 있다. 특히 타운홀 방식의 2차 토론회는 청중을 그냥 청중석에 앉아만 있게 하지 않고, 직접 후보자에게 질문을 던지도록 하여 토론회 진행의 주체로 적극 참여하도록 하고 있다. 영국 총리 TV토론회도 미국 토론회와 마찬가지로 방청석에 유권자 청중을 두고 있으며, 이들로부터 직접 질문을 받고 있다. 방송 화면에도 청중들을 자주 등장시켜 현장감과 흥미성을 높이고 있다. 이와 달리 독일 총리 선거에서는 토론회장에 청중의 입장을 허용하지 않았고, 서울시장 토론회도 마찬가지로 청중을 두지 않은 상태에서 진행됐다. 2007년과 2012년 선거방송토론회 주관으로 각각 3회씩 개최된 대통령선거 후보자 토론회에서도 청중을 허용한 적은 없었다.

청중이 있는 토론회는 후보자들의 토론에 대한 유권자들의 반응을 확인할 수 있다는 장점을 갖고 있다. 또한 제기된 토론주제에 대해 후보자와 청중이 함께 고민하고 해답을 찾는다는 공동체 의식 내지는 동질감을 높일 수도 있다. 방송 기술적 측면에서는 화면 구성의 다양성을 확보할 수도 있다. 청중이 관찰자 혹은 제3자가 아닌 토론의 주체로 토론회의 한 축을 이루게 되면 토론의 역동성과 몰입감이 자연스럽게 높아지게 된다. 흥미로운 토론회로 평가받고 있는 타운홀 미팅 방

식의 미국 2차 토론은 청중들이 후보자에게 여러 차례에 걸쳐 질문을 던지는 모습을 연출한다. 뿐만 아니라 전체 청중석의 반응을 수시로 카메라에 담아 긴장감과 역동성을 높이고 있다.

(4) 기조연설(opening statement)

기조연설은 후보자 출마의 변이다. 왜 자신이 시장이 되어야 하는지, 시장이 되면 무엇을 할 것인지 등을 본격적인 토론에 앞서 압축적으로 말하고 지지를 호소하는 시간이다. 이번 서울시장 TV토론에서는 정태홍, 박원순, 정몽준 후보 순서로 각 1분씩 기조연설 기회를 가졌다. 미국 대통령선거 토론회에서는 기조발언을 하지 않고 사회자의 토론회 진행에 대한 설명이 있는 뒤 바로 질문으로 들어간다. TV토론회를 도입한 초창기에는 최장 6분가량의 기조연설 시간을 주었으나, 근래는 기조발언을 아예 하지 않도록 하고 있다. 대신, 각 후보자에게 2분의 마무리 발언(closing statement) 기회를 허용하고 있다. 토론회가 시작됨과 동시에 곧장 본 질문으로 들어가 군더더기를 없앤 것이다. 독일의 토론회 역시 토론자들의 기조연설을 허용하지 않고 있다. 영국의 경우는 1분 정도의 기조연설을 허용하고 있는데, 한 후보자의 발언이 끝나면 사회자의 개입 없이 정해진 순서에 따라 곧바로 발언을 한다.

토론자가 첫 번째 질문에 대한 첫 답변을 할 때까지 소요된 시간은 서울시장 토론의 경우는 기조연설을 포함해 총 4분 36초가 걸렸다. 미국 1차 토론은 2차 3차 토론 예고멘트까지를 포함한 진행방식 소개에 1분 50초가 걸렸고, 후보자가 토론장으로 입장하고 사회자의 첫 번째 질문에 대한 답변을 하기까지 소요된 시간은 총 2분 43초였다. 2차 토론에서는 첫 번째 답변 시작 순간까지 1분 30초가 걸렸다. 기조연설 시간을 따로 두지 않은 규정에 따라 오바마와 롬니 후보는 첫 번째 답변의 시작 부분에 청중과 토론회 관계자에게 대한 감사의 인사를 간략하게 한 뒤 본격적인 답변으로 들어갔다.

반면에 설문조사 응답자의 59.6%는 기조연설로 시작되는 토론회의 진행이 적절하다고 답했다. 시청자들은 기조연설의 필요성을 인정하고 있는 것으로 볼 수 있다. 하지만, 기조연설이 반드시 필요한가? 질문을 던져볼 필요가 있다. 기조연설과 마무리 발언은 여러 면에서 유사하다. 기조발언에서 하고자 하는 말을 마무리 발언을 통해서 충분히 표현할 수 있다. 자신의 지지를 호소하는 후보자의 일방적인 연설은 토론회 처음부터 지루함을 유발하여 시청자들의 이탈을 초래할 수 있다. 기조연설을 두는 대신 곧바로 질의와 토론으로 들어가 토론의 역동성을 제고할 수 있도록 하는 방법을 시도해 볼 필요가 있다.

(5) 질의응답 방식

선거방송토론위원회는 TV토론회가 정책설명회장이 아니라는 점을 토론회 구성 때부터 머릿속에 담아둘 필요가 있다. 우리 선거방송토론회에서 자주 보는 토론 방식은 1분 답변, 1분(혹은 1분 30초) 반론, 1분(혹은 1분 30초) 재반론이다. 1-2분 사이에 토론자가 자신의 주요 공약을 설명하는 것은 쉬운 일이 아니다. 분 초 단위로 함축해서 토론을 매듭지어야 하기 때문에 상대 후보자의 공약에 대해 논리적으로 반론하는 것은 더욱 어렵다. 토론자의 답변이 한창 진행 중인데 발언을 제재 하거나 마이크 전원을 차단하는 경우가 적지 않았다. 후보자가 본질적인 답변을 회피하고 넘어가도 시간의 제한으로 인해 더 이상의 반론이나 토론을 할 수 없는 경우도 빈번하게

발생한다. 이는 질의응답 방식에 따른 시간적 제약 때문에 나타난 현상이다. 결국 검증의 부실로 이어질 수밖에 없다.

그러나 설문 응답자 가운데 60%는 질의응답 진행 형식이 적절하다고 보고 있다. 과거 진행된 많은 토론회에서 이러한 형식을 채용했기 때문에 이러한 형식에 이미 익숙해져 있고, 이 형식이 후보자에게 동일한 토론 기회를 제공하기 때문에 공정하다고 여기는 것으로 판단된다. 문제는 극히 제한된 시간안에 질문과 답변을 해야 하는 형식으로 인해 깊이 있는 토론이 이루어지지 않는다는 것이다. 응답자의 41.4%가 ‘깊이 있는 토론이 이루어지지 않았다’고 응답했고, ‘그저 그렇다’고 대답한 응답자도 39.3%에 달했다. 질의응답의 형식이 토론의 깊이를 판단하는 유일한 변수라고 보기는 어렵지만, 토론의 외형을 형성하고 있어서 토론 내용에 적지 않은 영향을 미친다고 볼 수 있다.

앞서 살펴본 바와 같이, 미국의 토론회는 1회 발언시간을 2분 정도로 제한하고 있지만, 탄력적으로 운용하면서 쟁점 주제에 관한 자유토론이 이루어지도록 해 토론의 역동성을 살리고 있다. 역동성은 토론회의 흥미를 더하는 핵심요인이다.

주어진 질문에 대해 후보자가 답변하고 상대후보가 반론 재반론 하는 형식의 자유토론의 방식을 좀 더 많이 활용할 필요가 있다. 후보자의 입장이나 공약에 대해 답변하면 상대 후보들이 그 답변에 대해 자유롭게 반론하고, 답변자가 다시 반론하는 형식을 통해 긴장감 있고 충분한 토론과 반론이 보장되게 할 수 있다. 만약 청중을 두고 토론회를 진행한다면, 청중 질문 → 후보자 답변 → 상대 후보자 반론 → 후보자 재반론 → 사회자 심층 질문 → 후보자/상대후보자 자유토론 형식으로 긴장감을 높이고 토론의 깊이를 더하는 방식이 유용할 것으로 가정해 볼 수 있다.

(6) 토론자의 자질 및 토론 준비

TV토론회는 말 그대로 토론의 장이다. 정책이나 공약을 두고 후보자들이 치열하게 토론하고 그것을 통해 후보자의 우열이 드러나도록 하는 것을 목적으로 한다. 토론의 주연은 토론자이다. 토론자가 토론할 준비가 되어있지 않다면 당연히 그 토론회는 흥미로울 수 없다.

미국, 영국, 독일 토론회를 보면, 후보자들이 풍부한 토론으로 토론회를 리드하고 있는 것을 볼 수 있다. 타운홀 미팅 방식을 차용한 미국의 2차 TV토론회에서 오바마 후보와 롬니 후보가 원고를 보지 않고도 90분 동안 쉼 없이 공박을 이어가는 모습을 볼 수 있다. 청중들의 질문에도 재치 있게 답하며 토론을 주도해나가는 것을 보면 준비된 후보자와 준비된 토론회라는 것을 알 수 있게 한다. 영국의 경우에도 3인의 후보자들이 치열하게 토론하는 모습을 볼 수 있다.

우리나라의 경우에는 토론자들이 토론문화에 익숙하지 않는데다 방대한 양의 정책과 공약을 충분히 체화하지 못한 채 토론회에 참여하고 있어서 토론자의 자질문제가 불거지기도 한다. 사전에 공지된 토론 방식을 제대로 이해하지 못하고 토론회에 나오는가 하면, 준비해온 원고를 보지 않고서는 자신의 공약도 제대로 설명하지 못하는 모습을 보이는 안타까운 경우도 있다. 6·4지방선거 TV토론회에 참여한 많은 시도지사 및 시장·군수·구청장 후보자들이 이러한 자질론으로부터 자유롭지 못했다. 서울시장 후보자 역시 예외는 아니었다. 이 문제는 설문조사를 통해서도 그 심각성이 확인된다. 응답자의 41.9%가 후보자의 ‘토론 준비 부족 및 토론 내용의 질적 저하’가 TV토론

의 흥미를 반감시킨다고 대답했다.

문제의 개선을 위해서는 후보자와 선거방송토론위원회의 공동노력이 필요해 보인다. 후보자들은 자신의 정책이나 혹은 상대방의 정책을 두고 논리적으로 토론을 벌일 수 있는 능력을 키울 필요가 있다. 현재 위원회가 후보자 사전 교육의 방편으로 TV토론 가이드북을 제공하고 있지만 그것만으로 문제를 해결하기에는 역부족이다. 토론문화를 활성화 한다는 차원에서 예비 후보자를 대상으로 TV토론을 준비할 수 있는 ‘TV토론 아카데미’ 등과 같은 보다 적극적인 수단을 고려해 볼 필요가 있다. 적지 않은 비용이 소요되겠지만, 지상파 3사 채널의 낮은 시청률로 인한 전파낭비 비용에 비하면 충분히 투자할 가치가 있을 것이라 판단된다.

3) 영상 프레임 및 샷 분석

카메라 워킹은 토론회에 영향을 미치는 또 하나의 중요한 요소다. 토론회의 성패는 토론자의 토론에만 달려 있는 것이 아니라 카메라 워킹 등을 포함한 방송진행의 기술적 운영과도 밀접한 관련이 있다. 화면의 구성과 카메라 앵글에 따라 역동성이나 긴장감, 몰입감 등이 달라질 수 있기 때문이다. 다시 말해, 몇 대의 카메라를 어느 곳에 설치해 어떤 샷을 어떻게 잡느냐에 따라 전혀 다른 이미지가 연출될 수 있고, 몰입감과 역동성을 높일 수 있다.

독일 토론의 경우 총 9대의 카메라를 설치해 다양한 각도에서 입체적인 샷을 만들어 내고 있다. 미국의 경우는 스탠딩과 타운홀 형식으로 매 회 포맷을 달리 하고 있고, 다양한 앵글과 클로즈업, 오버 숄더 샷 등과 같은 토론의 현장감과 긴장감을 불러일으킬 수 있는 카메라 워킹을 동원하고 있다. 우리 토론은 방송국마다 조금씩 다르기는 하지만, 지역 방송국들은 일반적으로 5대 정도의 카메라를 투입하고 있고, 상호 공박하는 후보자의 모습을 한 화면에 동시에 보여주는 화면분할 샷을 즐겨 사용한다.

표 8. 영상 프레임 및 컷 분석

구분		2014 서울시장토론회	2012 미국 2차 타운홀
형식	첫 질문까지 소요 시간	4분 30초	1분 30초
	청중 질문	없음	11회
전체	전체 프레임	151,403개	175,625개
	전체 샷	210컷	519컷
	화면전환 수	209회	518회
	샷 당 평균 노출 시간	24초	11.3초
	가장 긴 샷	3분 50초	1분 50초
	가장 짧은 샷	3초	1초
	클로즈업 샷	1개	2개
	줌 인	8개	12개
	줌 아웃	3개	9개
	풀 샷	43개	44개
	후보자	1회 답변 시 샷 수	1분 30초 1컷
일대일 샷		16(화면 분할)개	98개
사회자	사회자 노출 샷	20개	60개
청중	청중 샷	없음	108개

서울시장선거 토론회에서는 사회자가 특정 후보자에게 질문할 때, 사회자와 후보자의 바스트 샷을 화면분할하여 대비시켰고, 후보자간 상호토론에서도 정몽준과 박원순 후보를 화면분할 샷으로 처리, 대결분위기를 만들어 긴장감을 높이고자 했다. 후보자(사회자) 바스트 샷, 스튜디오 풀 샷, 화면분할 샷, 토론회 엠블렘 줌인 샷 등 5-6가지 샷을 반복하면서 진행한 것으로 분석된다. 그러나 후보자 클로즈업 줌인, 줌아웃 샷 등은 사용하지 않았다. 중립성을 해치지 않으려는 의도로 보인다.

전체 토론에서 210개의 개별 샷을 구현했고, 209번에 걸쳐 화면을 전환했다. 가장 긴 샷은 정몽준 후보와 박원순 후보가 상호토론 하는 분할화면으로 3분 57초짜리이다. 반면 가장 짧은 화면은 3초짜리이다. 후보자의 질문이나 문제제기에 대한 상대후보의 반응(리액션)이나 발언이 다른 후보자로 전환되는 사이 무대 전체를 보여주는 등의 화면전환용 샷으로 총 19차례 사용됐다. 토론회 진행방식과 후보자 소개에 1분 45초가 걸렸으며 10개의 샷이 동원됐다. 대결구도를 만들기 위해 16개의 분할화면을 사용했고, 그 중 3개는 사회자와 각 후보 간의 모습을 화면분할로 처리한 것이다. 분할화면의 전체 길이는 26분 8초로 샷 당 평균 길이는 1분 40초였다. 사회자가 노출된 샷은 20회로 시간은 총 3분 58초이다.

카메라 워킹이 가장 눈에 띄었던 토론은 타운홀 미팅 방식을 선택한 미국의 2차 토론회이다. 빨간색 카펫이 깔려 있는 대학 강당의 넓은 무대를 토론의 무대로 설정했고, 그 위에 후보자가 앉을 수 있는 의자와 조그마한 테이블을 배치했다. 무대 위 거추장스러운 것들을 없애 무대를 넓히고 시선이 토론자에게 집중되도록 세팅했다.

카메라 시선은 타운홀 무대에서 후보자의 움직임은 아 가면서 후보자의 표정까지 담아내려고 했다. 청중과 후보자가 눈을 맞추고 질문과 대답을 하는 모습과 후보자 앞쪽과 뒤쪽에 자리하고 있는 청중들의 반응도 화면에 담고 있다. 후보자가 답변을 하는 동안 무대에 설치된 시계를 자연스럽게 화면에 넣어서 시청자들로 하여금 후보자들이 얼마나 주어진 시간 안에 답변을 잘 하는지 긴장감을 갖고 볼 수 있게 하였다. 무대 앞쪽에서 청중을 향해 열변을 토하고 있는 후보자(롬니)와 뒤쪽 의자에 앉아 상대후보의 퍼포먼스를 지켜보고 있는 후보자(오바마)의 모습을 한눈에 볼 수 있도록 오버 숄더 샷을 구사하고 있다. 마찬가지로 발언하고 있는 후보자의 어깨너머로 그 후보자에게 시선을 고정하고 있는 청중의 이미지를 한 화면에 담는 오버 숄더 샷을 여러 차례 보여주었다. 발언을 마치고 자리로 들어가는 후보와 발언을 위해 무대 앞으로 나오는 후보자가 교차하거나 겹치는 모습도 샷으로 담고 있다. 질문에 나선 11명의 청중 질문자의 모습과 질문을 받는 후보자의 얼굴 표정도 샷으로 표현했고, 무대 위에서 이쪽저쪽으로 움직이면서 발언하는 후보자들을 따라잡는 follow focus shot을 많이 사용했다. 두 후보자가 마치 서부영화에서 결투를 펼치는 것처럼 무대 중심에 서서 상호 공박하는 1대1 긴장감 있는 화면구도를 만들어 내기도 했다.

토론이 진행된 90분 동안 519개의 개별 샷을 구사했고, 518번의 화면전환이 있었다. 첫 번째 질문에 대한 후보자의 첫 번째 답변을 시작할 때까지 1분 30초가 소요됐고, 13개의 샷이 동원됐다. 토론회를 통틀어 가장 긴 샷은 롬니 후보가 질문에 답변하고 있는 모습의 1분 50초짜리 샷이다. 가장 짧은 샷은 마치 찰나처럼 보이는 1초 샷인데, 모두 27번 사용됐다. 1초짜리 샷을 연속으로 2번 사용한 경우도 있다. 빠른 화면전환을 위한 브릿지 역할을 하는 샷으로 활용하고 있고,

상대 후보의 질문에 곤란한 표정을 짓는 등의 모습을 보여주는 리액션 샷으로 사용되고 있다. 2초짜리 샷도 1초 샷만큼이나 여러 번 사용하고 있다. 후보자가 답변을 하고 있는 동안에도 여러 샷으로 화면전환을 하고 있다. 첫 번째 질문에 대한 롬니 후보의 답변은 1분 37초가 소요됐는데, 97초 동안 14개의 샷을 구사했고, 오바마 후보가 답변한 2분 동안에는 10개의 샷이 사용되었다. 동적인 영상 프레임과 샷을 구사하여 토론회의 역동성과 흥미성을 높이고 있다고 할 수 있다. 사회자를 잡은 샷은 총 60회였다.

이러한 카메라 워킹과 영상 프레임 구성은 우리나라 토론에서는 보기 힘든 샷이다. 지금까지의 전형적인 카메라 워킹에서 벗어나 토론의 역동성과 긴장감이 묻어날 수 있도록 앵글을 다양화하고 참신한 카메라 기법을 도입할 필요가 있다. 무대 설정도 마찬가지이다. 주관 방송국 실무진과 긴밀한 협의가 요구되는 부분이다.

5. 맺음말

본 연구는 TV토론회의 공정성과 유용성, 흥미성에 초점을 맞추어 6·4지방선거 서울시장 후보자 TV토론회를 분석했다. TV토론회가 위의 세 가지 요소를 어느 정도 충족시키고 있는지를 살펴봄으로써 운영상 개선방안을 모색해 보고자 했다.

공정성에 대해서는 긍정적으로 평가된다. 초청대상 후보자 선정에 있어서의 공정성 문제는 여전히 논란으로 남아있지만, 토론회의 제 기능 수행을 위해 모든 후보자를 토론회에 참여시킬 수 없다는 한계에 대해 사회적 공감대가 형성된 것으로 보인다. 또한 토론자에게 동일한 발언시간이 주어지고, 사회자가 중립을 지키기 위해 미리 정해진 규칙을 따르고 있어서 진행상의 공정성 역시 잘 지켜지고 있는 것으로 보인다. 오히려 기계적으로 중립성을 지키려고 하는 과도한 진행이 토론회의 흥미를 반감시키는 결과를 초래하고 있는 만큼 이 부분에 대한 개선이 요구된다.

유용성 측면에 있어서도 높은 점수를 받는다. 하지만, TV토론에 대한 유권자들의 접근성을 높일 수 있는 방향으로 개선책 마련이 필요해 보인다. 즉, 시간대를 옮겨 더 많은 유권자들이 토론회를 시청할 수 있도록 해야 한다는 것이다. 프라임타임 대 내지는 늦어도 밤 10시 이전에 토론회를 시작하여 더 많은 유권자들이 토론회를 시청할 수 있도록 시간대를 조정할 필요가 있다.

흥미성 관점에서는 다소 미흡한 점이 많다. 토론회를 구성하고 있는 흥미성 관련 여러 요소들에 대해서 전반적인 개선이 요구된다. 첫째, 새로운 포맷의 필요성이다. 스튜디오 안에 앉아서 진행하는 관행적인 방식은 역동성, 긴장감, 몰입감 등의 측면에서 약점이 많다. 스탠딩 방식이나 타운홀 방식 등을 시도해 볼 필요가 있다. 둘째, 청중의 참여를 적극 검토할 필요가 있다. 현대 TV토론에서 청중은 관찰자가 아닌 진행의 한 축이라는데 이견이 있을 수 없다. 청중의 존재는 여러모로 토론회를 훨씬 흥미롭게 만들 뿐만 아니라 화면 구성에 있어서도 다양한 옵션을 제공한다. 무엇보다도 중요한 사실은 청중이 일반 유권자들을 시청자로 끌어들이는데 긍정적으로 기능한다는 것이다. 셋째, 사회자의 역할 강화가 요구된다. 시간을 체크하고 주어진 시나리오대로 읽고 진행하는 역할에서 벗어나 보다 적극적으로 개입하여 공정성을 해치지 않는 선에서 풍부한 토론과 반론이 이루어질 수 있도록 진행의 권한을 부여 하는 것이 필요하다. 넷째, 토론회 진행 규

칙을 심플하게 만들어야 한다. 토론자들에게 발언 시간이 균등하게 돌아갈 수 있도록 하되, 자유 토론에 가까운 질의응답을 통해 충분한 토론과 반론이 가능하도록 하는 방식을 확대해나갈 필요가 있다. 지나치게 엄격히 발언 시간을 제한하는 것은 깊이 있는 토론을 불가능하게 하며, 토론자나 시청자 모두로부터 짜증을 유발 한다. 다섯째, 토론자를 위해 TV토론 아카데미 개설을 고려할 필요가 있다. 선거방송토론회가 유권자들로부터 외면 받는 주된 이유는 ‘토론을 할 줄 모르는 토론자’이다. TV토론회의 성격을 잘 이해하고, 자신의 정책이나 공약을 토론으로 표현할 수 있는 능력을 키워주고 준비시키는 것도 선거방송토론위원회의 역할이 될 수 있다. 여섯째, 기초연설을 없애고 바로 본 토론으로 들어갈 수 있도록 개선이 필요하다. TV토론회가 정책설명회가 아닌 만큼 치열한 공박이 진행될 수 있도록 최대한 많은 시간을 할애하는 것이 필요하다. 그것을 통해 후보자를 검증하고 후보자간 우열을 가릴 수 있어야 한다. 기초연설과 마무리 발언이 근본적으로 같은 기능을 하고 있는데 제한된 짧은 시간에 두 번의 연설기회를 제공할 필요는 없다. 일곱째, 카메라 워킹과 영상 프레임에 역동성을 더하는 일이다. TV토론의 흥미성은 역동성에 바탕을 두고 있다고 해도 과언이 아니다. 전체 샷의 수, 화면 전환 수, 샷 당 노출 시간, 1회 답변 시 평균 샷, 카메라 앵글 등의 영상 기술적인 요소들은 그 존재 유무에 따라 몰입감 있는 흥미로운 토론회인지 아닌지를 판가름할 수 있는 기준이 된다. TV토론회의 긴장감과 역동성을 더하기 위해서 토론회를 주관하는 방송사와의 긴밀한 협의를 거쳐 개선방안을 찾을 필요가 있다.

선거방송토론회가 도입된 이래 여러 차례의 평가와 분석이 있었다. 토론회의 운영과 제도의 개선에 대한 다양한 의견들이 지속적으로 제시되었다. 유사한 제언이 다수 있었던 것으로 보이고, 이번 토론회의 개선방안도 큰 틀에서 맥을 같이할 것으로 판단된다. 토론자, 사회자, 청중, 방송사 4자의 역할이 황금비율로 조화를 이뤄야 후보자 TV토론이 목적인 바를 이룰 수 있을 것이다. 문제는 제시된 개선방안을 실행에 옮길 의지가 있느냐이다.

참고문헌

- 권혁남(2009). 전국동시지방선거 관련 선거방송토론의 효율적 관리방안. 한국언론학회 봄철정기학술대회 ‘지방선거 후보토론의 효율적 관리’ 발표논문, 3-18.
- 김경호(2013). 후보자 검증을 위한 의혹제기와 후보자비방죄의 위법성조각 판단 기준에 관한 연구 : 대법원 판결을 중심으로. 『언론과학연구』 제13권3호, 5-43쪽.
- 범기수(2013). 최근 미국, 영국의 선거방송토론 사례와의 비교·분석을 통한 한국 대선방송토론 발전방향. ‘제18대 대통령선거 후보자토론회 평가 심포지엄’ 발표집, 27-54.
- 송종길(2010). 수도권 광역단체장 후보TV토론형식 비교·분석: 선거방송토론위원회와 방송사주관토론을 중심으로. 선거방송토론 세미나 자료집, 41-60.
- 이종희·오지양(2011). 후보자 TV토론회 토론포맷 연구. 『한국언론학보』 55권 1호, 47-78.
- 이진로(2012). 대통령선거 후보자 투론회의 현실과 개선방안. 2012 한국정치커뮤니케이션학회 특별학술 세미나 자료집, 5-22.
- 이호은(2012). 대통령후보 TV토론회 영상의 균형과 다양성을 위한 일고찰. 2012 한국정치커뮤니

케이선학회 특별학술 세미나 자료집, 23-56.

중앙선거방송토론위원회 · 한국언론학회(2013). 『제18대 대통령선거 후보자토론회 평가』 심포지엄.

한국언론학회 · 중앙선거방송토론위원회 공동주관 특별세미나 자료집.

정성호(2010). 6.2 지방선거에 나타난 광역단체장과 교육감 후보토론회 비교 · 분석. 선거방송토론 세미나 자료집, 3-40.

정성호(2012). 제18대 대통령선거 경선 TV토론 무엇이 문제인가? 2012 한국정치커뮤니케이션학회 특별학술 세미나 자료집, 57-72.

최영돈 이종희(2014). 2013 독일 총리후보자 TV토론 진행방식 및 내용 연구. 『한국언론학보』 58권 2호, 447-477.

중앙선거방송토론위원회 <http://www.debates.go.kr/>

제6회 전국동시지방선거 후보자토론회 평가 세미나

〈 제 2 주제 〉

2014년 6.4 서울시장선거 TV토론에 대한 효과분석

송 종 길

경기대학교 언론미디어학과



2014년 6.4 서울시장선거 TV토론에 대한 효과분석

송종길 (경기대학교 언론미디어학과 교수)

1. 서론

현대의 대의 민주주의는 선거기간 중 가장 많은 유권자들의 지지를 얻는 후보가 공직을 맡는 제도이다. 유권자들의 지지를 얻기 위해서는 자신의 정책과 경력, 능력을 유권자들에게 호소해야 한다. 후보자들은 막대한 돈을 들여 정치 광고를 하거나 전당대회와 대규모 군중집회를 통해 유권자들을 만나게 된다. 고비용의 선거과정에서 저비용 고효율의 선거 수단으로 꼽히는 것이 바로 TV토론이다.

지난 1960년 미 대선후보로 나섰던 닉슨과 케네디가 서로 얼굴을 맞대고 벌인 TV토론이후 가장 중요한 미디어 이벤트로 인정받고 있다(McKinney & Carlin, 2004). 국내에서도 지난 1995년 지방선거에서 TV토론이 시작된 이후에 후보자들에게는 가장 효율적인 비용으로 개인과 정책을 홍보하는 기회로, 유권자들에게는 후보들의 자질과 정책을 평가하는 기회로 자리 잡았다(송종길, 2006). 이번 2014년 6.4. 지방선거에서는 서울특별시와 부산광역시 등 전국 17개 광역도시 및 도지사 선거를 위한 TV토론뿐만 아니라, 해당 지역의 교육감 또 전국 226곳의 기초단체장 출마자들의 토론회까지 어느 선거보다도 양적으로 풍성한 TV토론이 열렸다.

이번 6.4 지방선거 TV토론회에서 사람들의 관심을 가장 많이 끌은 것은 바로 서울시장 후보들의 TV토론회였다. 무엇보다 대한민국을 대표하는 수도 서울의 행정을 담당할 시장을 뽑는다는 상징성을 갖기 때문이다. 여기에는 시민운동의 대부인 박원순 현 서울시장과 약 2조원의 재산을 가진 현대중공업 그룹의 오너 정몽준 후보와의 서로 대비되는 이력과 정책은 선거시작 전부터 세간의 관심을 끌기에 충분했다. 이들 두 후보간의 TV토론은 5월 19일 관훈클럽 주최의 토론회로부터 6월 2일 jtbc의 토론회까지 모두 4차례에 진행되었다. 본 연구는 서울시장 TV토론회를 1회 이상 시청한 서울시민 400명을 상대로 5월 29일부터 4일 동안 실시한 온라인 설문조사 결과이다.

2. 지방선거와 TV토론

우리나라에서 TV토론이 처음 등장한 것은 지난 1987년이였다. 당시 대통령선거를 앞두고 중견 언론인 모임인 관훈클럽에서 4당 대통령후보에 대한 개별적 토론회를 개최했다. 이는 CBS라디오

를 통해 생중계 되었으며 이를 공중과 텔레비전에서 녹화중계를 하였다. 하지만 이는 후보자들간의 상호토론이 아니라 각 정당 후보에 대한 개별적 토론회라는 한계점을 지녔다. 이를 극복한 것이 1995년 열린 서울시장 후보들의 TV토론이었다. 5차례에 걸쳐 열린 TV토론에서는 민자당 정원식 후보, 민주당 조순 후보, 무소속 박찬중 후보 사이에 열띤 공방이 벌어졌다 (송종길, 2006).

공직후보자들의 TV토론은 지방선거에서 시작되었지만 사실 TV토론에 대한 연구는 주로 대통령 후보에 대한 연구들이 많았다. 송종길과 박상호 (2009)는 지난 2007년 열린 제17대 대통령 후보 TV토론에 대한 효과를 분석하면서 TV토론 시청이후 “지지후보가 없다”고 응답한 유권자가 유의미한 수준으로 감소하고 “지지하는 후보가 있다”는 응답자는 많아졌다는 것을 발견했다. 하지만 TV토론시청은 “새롭게 좋아하는 후보가 생겼다”나 “좋아하는 후보가 바뀌었다” 등과 같은 태도변화를 일으키기보다는 기존 지지후보에 대한 태도를 강화시키는 것으로 분석되었다. 또한 문성철과 양문희(2009)는 유권자들의 TV토론 시청은 선거에 대한 관심도를 증가시킬 뿐만 아니라, 선거 참여의사도 높이는 것으로 분석했다.

일반적으로 TV토론이 선거에 미치는 영향은 후보자에 대한 태도(지지도)의 변화, 태도의 강화, 선거이슈에 대한 학습, 그리고 보다 넓은 의미의 사회화 기능 등을 포함하는 다차원적이다(이준웅, 2003). 이준웅(1999)의 연구에서는 시청동기와 TV토론에 대한 관심도의 상호작용 효과가 ‘후보정책을 아는 데 도움이 되었다’는 평가와 정치학습에 영향을 미친다고 밝히고 있다. TV토론회는 후보자들의 토론이 게이트키퍼 과정 없이 그대로 유권자들에게 전달되면서 후보자에 대한 정보가 객관적으로 전달한다는 공통점이 있다. 특히 이 과정에서 선거관리위원회나 주관 언론사의 사회자가 인신공격이나 비방을 최대한 차단하여 정책대결을 유도하고 있다. 나아가 투명하고 깨끗한 지출과 검증이 가능한 선거공영제의 정착과 고비용 정치를 타파하는데 기여하고 있다고 평가받는다(윤종빈, 2010). 정성호 (2012) 역시 TV토론은 후보자간의 정책대결을 지향해서 유권자의 표심을 결정짓는 자료가 되어야한다고 주장한다. 그는 TV토론의 당초 도입취지와는 달리 토론방식이나 진행에서의 기계적 운영으로 말미암아 후보들의 뉘뉘이를 드러내고 정책의 차별을 드러내지 못하기에 유권자들의 TV토론에 대한 관심이 줄고 있다고 지적한다.

최근 들어 지방선거에서의 TV토론의 역할에 대한 관심도 높아지고 있다. 권혁남 (2011)은 전라북도 도민 510명의 TV토론효과를 분석하는 글에서 비록 지방선거에 대한 국민적 관심도가 낮지만 TV토론을 관심있게 시청하는 경우에는 정치효능감은 물론이고 선거관심도와 선거 대화량에 중대한 영향을 미친다는 것을 발견했다. 또한 TV토론의 관심 시청자 뿐만 아니라 투표참여의사에도 매우 큰 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 또한 송종길 (2006)은 서울시장선거과정에서 유권자들의 TV토론 시청동기를 “적극적인 선거참여”, “후보자 선택 및 평가”, “후보평가와 관련된 정보 취득” 등의 요인과 관련되어 있다는 것을 밝혀냈다. 즉, TV토론은 속의 민주주의에 필요한 정보를 제공하면서 유권자들의 수요에 충족시키고 있다는 것이다. 구교태, 김관규, 이준웅 (2007)의 연구에서도 TV토론은 지방유권자들에게 후보자의 이슈나 이미지에 대한 정치적 판단을 내리는 데 도움이 되는 것으로 나타났다.

3. 연구방법

이번 6.4 지방선거에서 서울시장 후보간의 TV토론회는 지난 5월 19일 관훈클럽초청 후보토론회를 시작으로 6월 2일 jtbc의 후보토론회까지 모두 4회의 TV토론회가 열렸다. 지방선거에 나선 공직후보자들의 TV토론은 서로들의 의견을 묻는 토론회라기보다는 국민들에게 자신의 입장을 밝히는 하나의 퍼포먼스에 가깝다. 상당수 국민들이 TV토론회를 보고 후보자들의 자질과 정책을 평가하고 누구에게 투표할 지를 결정한다는 측면에서 TV토론회의 중요성은 아무리 강조해도 부족함이 없을 것이다.

본 연구는 서울시장 후보들의 TV토론회를 1회이상 시청한 서울시민을 상대로 지난 5월 29일부터 6월 2일 오전까지 진행된 온라인 서베이를 바탕으로 했다. 그러다보니 6월 2일 진행된 jtbc의 토론회 시청자들을 배제할 수 밖에 없었다. 설문은 전문리서치기관 PMI에 의뢰, 등록된 온라인패널 성인남녀 2100명에게 설문참여의사를 묻는 이메일을 보내 이중 답변자 430명중 불성실 응답을 제외한 400명의 응답자를 분석했다. 설문과정에서는 1) TV토론을 시청여부 2) 서울시민여부 등의 두 조건에 따른 필터링을 한 뒤에 남녀 동수로 진행했다.

표 1. 6.4 서울시장선거에서 후보들의 TV토론 현황

날짜 및 시간	주최기관	참석자	사회자	토론 진행 형식
2014. 05. 19 (10:00-12:00)	관훈클럽	후보자: 정몽준(새누리) 박원순(새민련) 패널: 조영달(언론인) 이정민 (언론인) 성한용(언론인) 채경옥(언론인)	이용식 (언론인)	공동기자회견형 + 후보자간 직접 토론형
2014. 05. 26 (23:15- 24:45)	서울시선거 방송토론위원회	정몽준(새누리) 박원순(새민련) 정태홍(통진)	정관용 (교수, 시사평론가)	공동기자회견형 + 후보자간 직접 토론형
2014. 05. 28 (11:00-12:20)	한국방송기자클럽	정몽준(새누리) 박원순(새민련)	김만흠 (사회기관단체인)	공동기자회견형 + 후보자간 직접 토론형
2014. 06. 2 (21:20-23:00)	중앙일보, Jtbc	정몽준(새누리) 박원순(새민련)	손석희 (언론인)	후보자간 직접 토론형

온라인 설문참여자는 모두 400명으로 이중 20대는 전체의 28.5%인 114명이었으며 30대 90명 (22.5%), 40대 99명 (24.8%), 50대 91명(22.8%)였다. 또한 61세 이상은 모두 6명으로 전체의 1.5%에 그쳤다. 이는 온라인 패널들의 특성상 61세 이상의 노인들의 참여가 적었기 때문이다. 이들의 거주지역을 살펴보면, 서울 강남구와 서초구, 송파구, 강동구 등 강남의 4개구에 거주자는 모두 100명으로 25%를 차지하는 등 전체 25개구에 고르게 참여했다. 직업은 사무직이 174명으로 가장 많았으며 이어 가정주부, 전문직, 경영직(5급이상의 관료 및 부장이상의 기업체근무자) 등의 순서였다. 응답자의 학력은 대졸이상이 전체의 66.8%였으며 초대졸 및 대학원졸업자들도 각

각 47명과 43명에 달했다. 지지정당을 묻는 질문에는 전체의 41.3%가 지지정당을 밝히기 꺼렸으며 지지정당을 밝힌 응답자중에는 새정치민주연합이 25.3%, 새누리당이 23.5%를 차지했다.

표 2. 설문참여자의 인구특성

전체	사례수	%
성별		
남자	200	50%
여자	200	50%
연령별		
21-30세	114	28.5%
31-40세	90	22.5%
41-50세	99	24.8%
51-60세	91	22.8%
61-70세	6	1.5%
거주지역 (구)		
강남권(강남, 서초, 송파, 강동)	100	25%
남서권(동작, 관악, 영등포, 강서, 양천, 구로, 금천)	102	25.5%
북서권(마포, 서대문, 은평)	39	9.8%
북동권(강북, 광진, 노원, 도봉, 중랑, 성동)	100	25.0%
중심권(용산, 종로, 중구, 성북, 동대문)	59	14.8%
직업별		
자영업	30	7.5%
사무직	174	43.5%
학생	30	7.5%
가정주부	55	13.8%
경영직 및 전문직	60	15%
생산 및 숙련직	22	5.5%
무직 및 기타	19	4.8%
판매 및 영업	10	2.5%
학력		
중졸이하	4	1%
고졸	39	9.8%
초대졸	47	11.8%
대졸	267	66.8%
대학원졸	43	10.8%
지지정당		
새누리당	94	23.5%
새정치민주연합	101	25.3%
통합진보당	19	4.8%
정의당	15	3.8%
노동당	2	.5%
기타 (없음, 무응답)	165	41.3%
가구소득		
2000만원 이하	24	6.0%
2001만원-4000만원	79	19.8%
4001만원-6000만원	129	32.3%
6001만원-8000만원	44	11.0%
8001만원-1억원	44	11.0%
1억원이상	26	6.5%
모름/ 무응답	17	4.3%

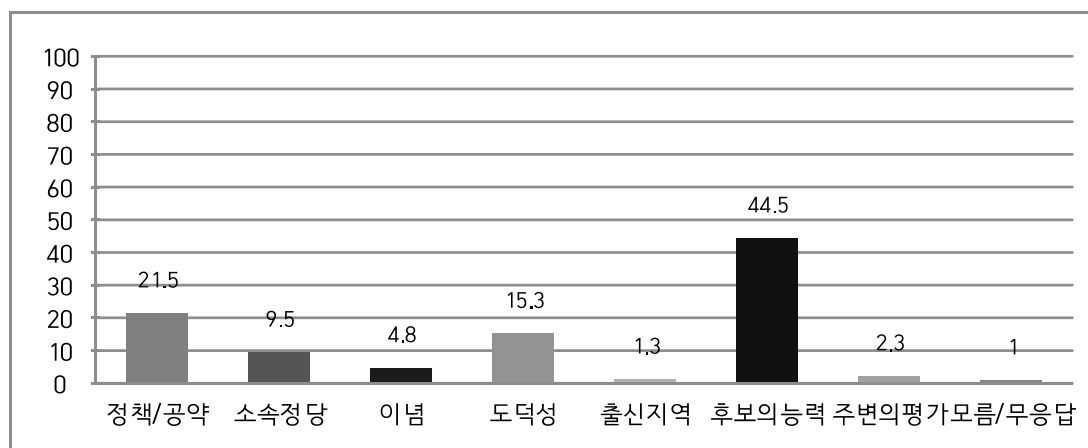
4. 분석 결과

1) 토론회 시청자들의 동기

(1) 투표할 때 우선적으로 살펴보는 것

설문 응답자들은 “귀하께서는 서울시장 후보를 선택할 때 어떤 점을 가장 많이 고려하시겠습니까?”라는 질문에 대하여 ‘후보의 능력’이라는 응답이 44.5%로 가장 높은 응답률을 보였고, ‘정책/공약’이라는 응답이 21.5%로 그 뒤를 이었다. 그 외 ‘도덕성’은 15.3%, ‘소속정당’은 9.5%, ‘이념’은 4.8%, ‘주변의 평가’는 2.3%, ‘출신지역’은 1.3%의 응답률을 보였다. 이번 2014년 서울시장 유권자들의 투표 결정 요인중 가장 중요한 요인으로 간주될 수 있는 것은 ‘후보의 능력’과 ‘정책/공약’이었다. 거의 절반에 가까운 응답자들이 투표할 때 후보의 능력을 최우선적으로 살펴보겠다고 답했다는 것은 후보자들의 개인적 능력이 확연하게 드러나는 TV토론이 바로 유권자들에게 매우 중요한 정보를 전달해줄 수 있다는 것을 시사한다.

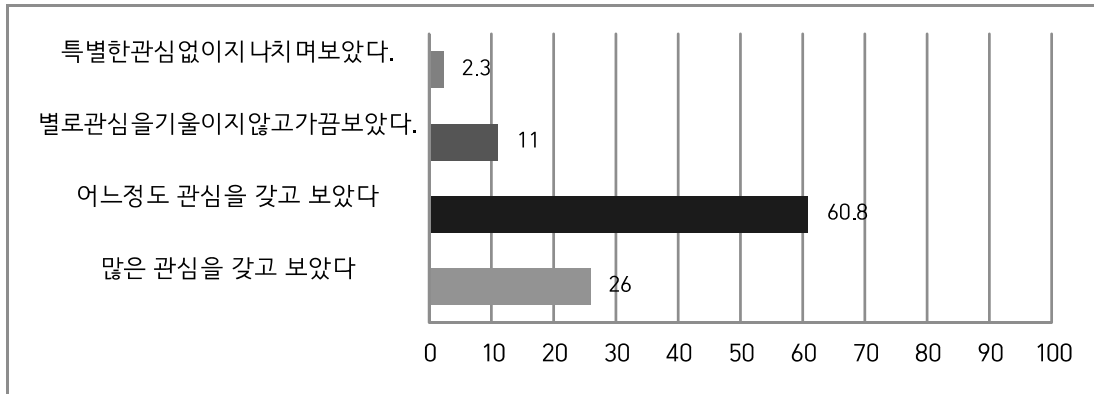
그림 1. 서울시장선거 후보 선택 시 최우선 고려사항



(2) 토론회에 대한 유권자들의 관심

지난 2014년 서울시장 선거 후보자 TV토론회에 대한 유권자의 관심은 전반적으로 높았던 것으로 나타났다. “귀하께서는 2014 서울시장 후보 합동 TV토론회를 얼마나 관심 있게 보셨습니까?”라는 질문에 대하여 ‘많은 관심을 갖고 보았다’ 26%, ‘어느 정도 관심을 갖고 보았다’ 60.8%, ‘별로 관심을 기울이지 않고 가끔 보았다’ 11%, ‘특별한 관심없이 지나치며 보았다’ 2.3%의 응답률을 보였다. 전체 응답자 400명중 후보자 TV토론회에 관심을 가지고 시청하였다는 응답자가 86.8%였던 반면 별 관심이 없었다고 대답한 경우는 13.3%에 불과했다.

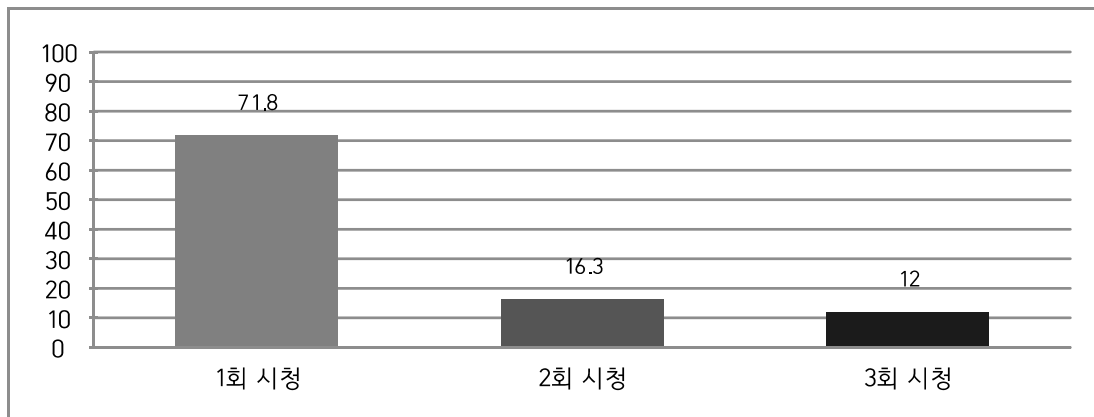
그림 2. 후보자 TV토론회 관심도



(3) 서울시장 후보 TV토론회 시청 횟수

후보자 TV토론회를 1회 시청한 응답자는 71.8%, 2회 시청한 응답자는 16.3%, 3회 시청한 응답자는 12%로 나타났다. 응답자들의 평균 TV토론 시청 횟수는 1.4회였다. 이 중 서울시 선거관리위원회에서 주최한 TV토론회를 시청한 이가 가장 많았으며(66.8%), 방송기자클럽 주최 TV토론회(43%), 관훈클럽 주최한 TV토론회(30.5%)순이었다.

그림 3. TV토론회 시청횟수



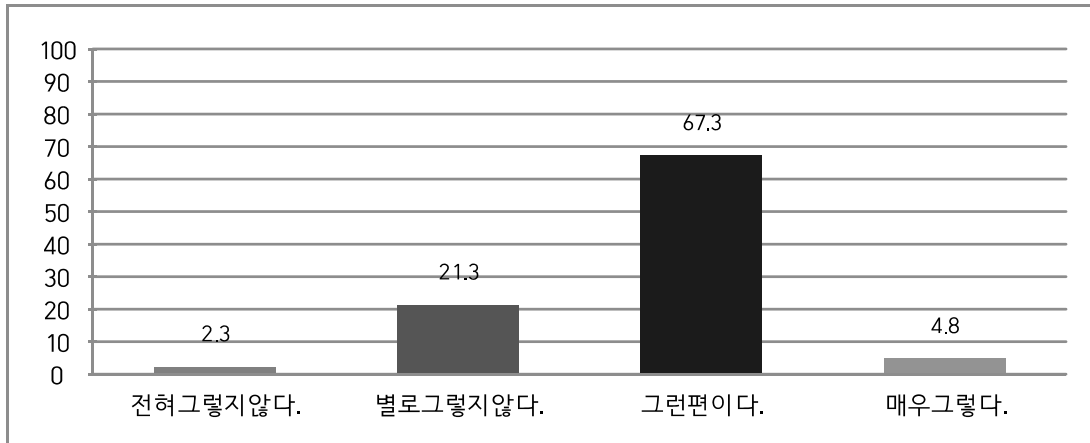
(4) TV토론회 진행의 공정성

‘공정성’이란 TV토론 참여의 기회, 발언시간, 순서 등에서 후보자들이 얼마만큼의 동등한 대우를 받았는지의 여부를 판단하는데 중요한 요인이다. 지난 2014년 서울시장 선거 과정에서 후보자 TV토론회의 공정성 여부를 판단하기 위해 “귀하께서는 이번 서울시장 후보 합동 TV 토론회가 중립적으로 공정하게 진행되었다고 생각하십니까?”라는 질문을 제시하였다.¹⁾ 아래 그림에서 보는 바와 같이 후보자 TV토론회의 중립 공정성에 관하여 ‘매우 그렇다’라는 응답이 4.8%, ‘그런 편이다’

1) 이 질문에 대하여 모름/무응답 비율은 4.3%였다.

라는 응답이 67.3%, ‘별로 그렇지 않다’라는 응답이 21.3%, ‘전혀 그렇지 않다’라는 응답이 2.3%를 차지하였다. 전체 응답자의 72.1%가 후보자 TV토론회가 중립적으로 공정하게 진행되었다고 판단하였고, 나머지 27.9%가 중립적이거나 공정하게 진행되지 않았다고 응답하였다.

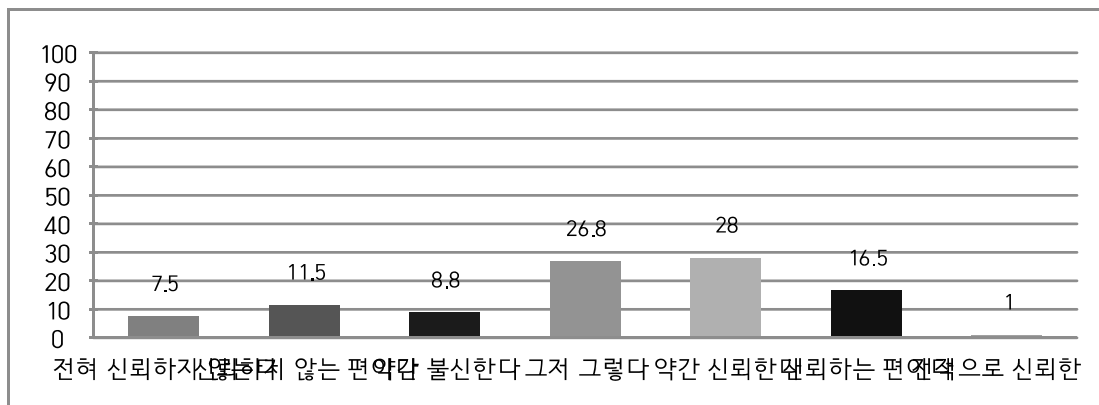
그림 4. TV토론의 공정성에 대한 평가



(5) TV 신뢰도

답자 중 가장 많은 인원이 시청한 서울시선거관리위원회 TV토론회는 지상파(MBC) 방송이 주관하였다. 토론회가 공정했는지에 대한 유권자의 판단에는 방송 주체에 대한 신뢰가 영향을 미칠 가능성이 있다. 시행주체 대한 신뢰가 높을수록 TV토론 진행 자체에 대한 신뢰도가 높아질 개연성이 있기 때문이다. 따라서 지상파 방송에 대한 시청자들의 신뢰도를 알아보기 위해 “귀하께서는 지상파 방송(KBS, MBC, SBS)을 얼마나 신뢰하십니까?”라는 질문을 제시하였다. 그림에서 보는 바와 같이 응답자의 대부분은 지상파 방송을 신뢰하는 경향을 보였다. 전체 응답자의 72.3%가 지상파 방송을 신뢰하고 있는 것으로, 나머지 27.7%는 불신하고 있는 것으로 판단되었다.

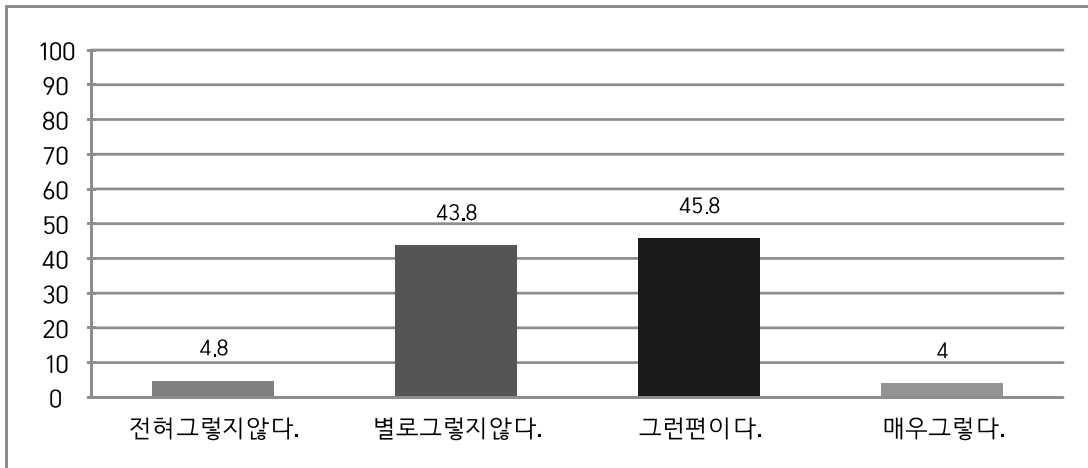
그림 5. 지상파 방송 신뢰도



(6) TV토론회의 흥미성 및 유익성

TV토론회가 유권자들의 투표 결정에 있어 영향력을 미치는 효과적인 기제로 작용하는데 있어서는 공정성과 아울러 시청자들의 관심과 흥미를 효과적으로 끌만큼의 내용이 요구된다. 여기서의 흥미성은 활력 있고 생동감 있는 토론을 통하여 시청자들의 주목을 집중시키고 흥미를 불러일으키는 요소를 의미하며, 단순한 오락성과는 구별된다. 이를 위해 “귀하께서는 이번 서울시장 후보 합동 TV 토론회가 흥미롭게 진행되었다고 생각하십니까?”라는 질문을 제시한 결과, ‘매우 그렇다’라고 밝힌 응답자의 비율이 4%, ‘그런 편이다’가 45.8%, ‘별로 그렇지 않다’가 43.8%, ‘전혀 그렇지 않다’가 4.8%로 나타났다.²⁾ 후보자 TV토론회의 흥미성에 대하여 긍정적으로 응답한 시청자들이 간소한 차이로 우세했으나(49.8%가 긍정적으로, 48.6%가 부정적), 모름 및 무응답률을 종합하여 본다면 본 토론회의 흥미성에 대해 긍정적으로 평가하는 시청자는 과반에 미치지 못하는 것으로 나타났다.

그림 6. 후보자 TV토론회의 흥미성



토론회 내용의 흥미성과 관련하여 절반 이하만이 긍정적인 평가를 했다면, 토론회의 전체적인 유익성은 어떻게 평가되었을까? TV토론회가 후보자의 자질과 공약을 비교/평가하는데 있어 얼마나 도움이 되었는지의 정도를 알아보기 위해 “전반적으로 평가해볼 때 귀하께서는 이번 서울시장 후보 TV 토론회가 다른 정보매체들보다 유익했다고 평가하십니까?”라는 질문을 제시하였다.³⁾ 그 결과 아래 그림에서 보는 바와 같이 ‘매우 유익했다’라는 응답이 6%, ‘다소 유익했다’가 62.8%, ‘별로 유익하지 않았다’가 27%, ‘전혀 유익하지 않았다’라는 응답이 2.3%로 나타났다. TV토론회의 유익성에 관한 질문에 대하여 전체적으로 68.8%의 응답자가 ‘긍정적’으로 평가, 29.3%가 ‘부정적’으로 평가한 것이다.

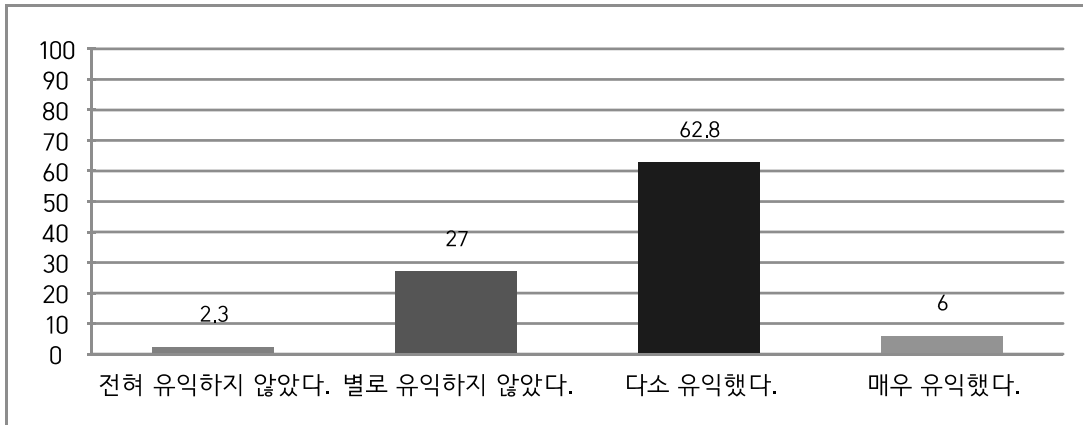
보다 구체적 정보를 위해 각 후보자의 자질 평가, 정책 공약 비교, 시정 수행 능력 비교, 정치 정보와 관련한 추가적 이슈 및 지식의 획득 정도 등의 4가지 사항을 추가적으로 질문하였다. 그 결과 전체 응답자의 67.3%가 후보자의 자질을 비교하는데 도움이 되었다고 응답하였고, 58.1%가

2) 이 질문에 대하여 모름/무응답 비율은 1.6%였다.

3) 이 질문에 대하여 모름/무응답 비율은 1.9%였다.

후보자의 정책과 공약을 비교하는데 도움이 되었다고 응답하였으며, 58.5%가 후보자의 시정 수행 능력을 비교할 수 있었다고 응답, 59.8%가 토론회를 통하여 후보자 정책에 대하여 새롭게 알게 된 이슈가 있었다고 응답하였다.

그림 7. 후보자 TV토론의 유익성



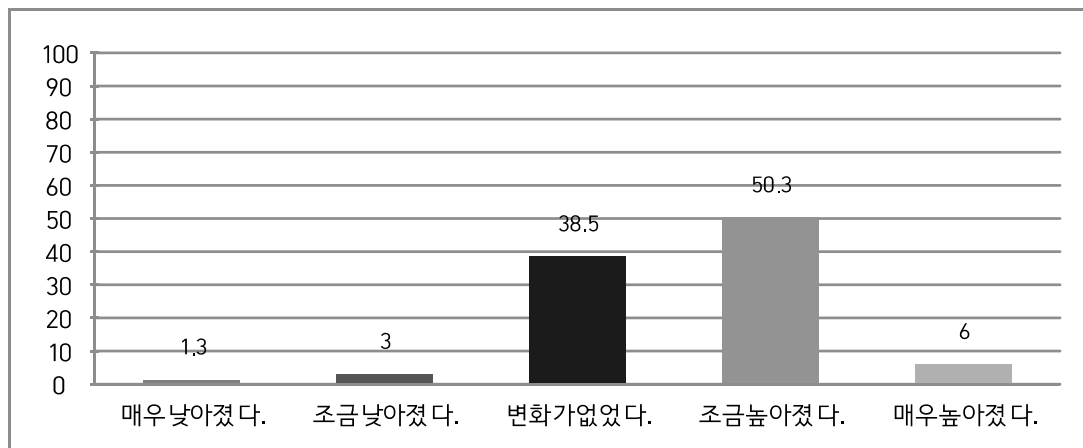
2) 토론회 효과

TV토론회는 시청자들에게 선거에 대한 관심을 증대시키고 또 특정후보에 대한 투표결심에 영향을 미치기도 한다. 또한 유권자는 TV토론을 통해 선거관련 지식을 습득하고 친구나 가족 등과 특정 후보 등에 대한 이야기를 늘리고 지지후보를 바꾸는 경우도 나타난다.

(1) 선거에 대한 관심의 증가

설문의 응답자들은 TV토론회를 보고 난 뒤에 선거에 대한 관심도가 조금 높아진 것으로 나타났다. 응답자중 '조금 높아졌다'라는 반응이 50.3%, '변화가 없었다'라는 응답은 38.5%였다. 전체 응답자중 과반수가 넘는 응답자(56.3%)가 이번 후보자 TV토론회를 통하여 선거에 대해 이전보다 많은 관심을 갖게 되었음을 알 수 있다.

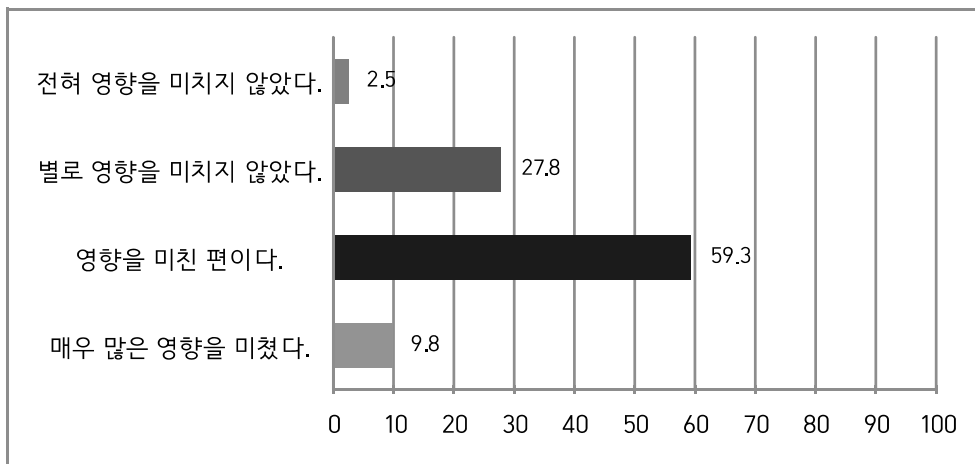
그림 8. 후보자 TV토론회를 통한 선거 관심도



(2) 후보 결정과정에 대한 영향력

투표할 후보를 결정하는데 있어 TV토론회는 얼마만큼의 영향을 미칠까? 이를 살펴보기 위해 “이번 서울시장 후보 합동 TV토론회의 시청이 귀하의 투표 결정에 영향을 미쳤습니까?”라는 질문으로 제시하였다.⁴⁾ 그 결과, ‘매우 많은 영향을 미쳤다’라고 응답한 응답자가 9.8%, ‘영향을 미친 편이다’라고 응답한 응답자가 59.3%, ‘별로 영향을 미치지 않았다’가 27.8%, ‘전혀 영향을 미치지 않았다’가 2.5%로, 전체 응답자의 69.1%가 투표할 후보를 결정하는데 있어 TV토론회의 영향을 꼽았다.

그림 9. TV 토론회 투표 후보 결정 영향력



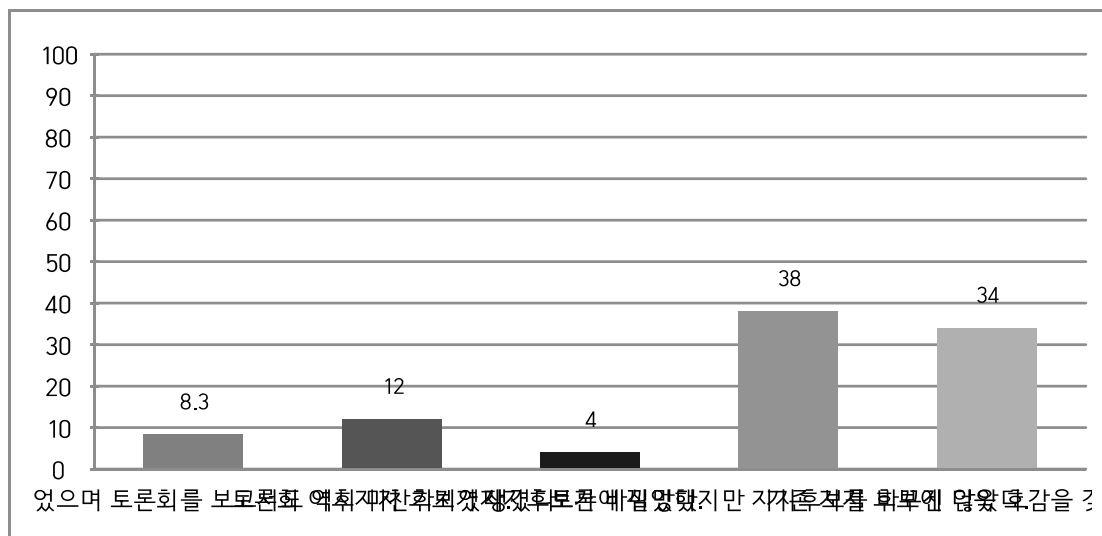
(3) 지지후보의 변화

TV토론회 시청의 영향력에 대한 보다 구체적인 정보를 위해 “이번 TV토론회를 시청한 뒤 귀하가 지지하던 후보에 대한 귀하의 의견에서 어떠한 변화가 생겼습니까?”라는 질문⁵⁾을 통하여 시청자의 기존 투표 후보 지지도에 대한 변화를 알아보았다. 그 결과 아래 그림과 같이 ‘지지후보가 바뀌었다’라는 응답이 4%, ‘토론회 이후 지지후보가 생겼다’라는 응답이 12%, ‘기존지지 후보에 더욱 호감을 갖게 되었다’라는 응답이 34%로 실제 TV토론회를 통한 지지도의 변화가 있었다고 응답한 응답자가 전체의 50%를 차지했다. 반면 ‘지지후보가 없었으며 토론회를 보고서도 마찬가지였다’라는 응답이 8.3%, ‘토론에 실망했지만 지지후보를 바꾸진 않았다’라는 응답이 38%로 TV토론회를 통한 후보들에 대한 지지도 변화가 없었던 응답자는 전체의 46.3%였다.

4) 이 질문에 대하여 모름/무응답 비율은 0.6%였다.

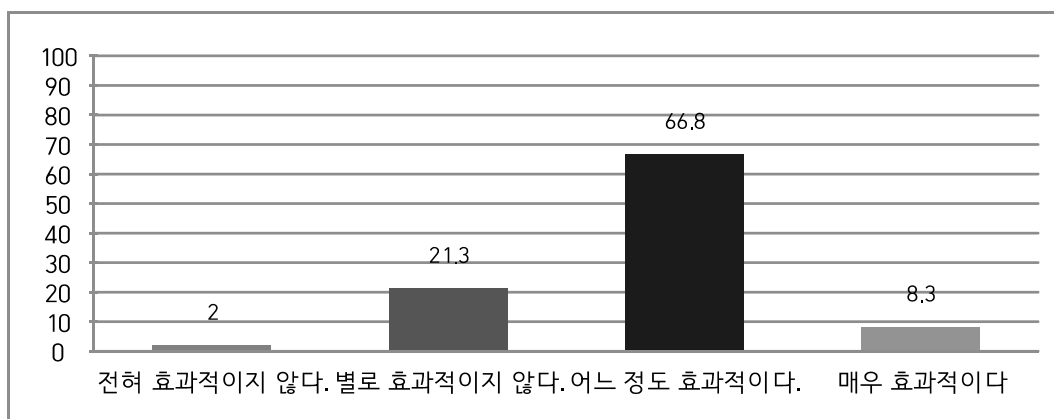
5) 이 질문에 대하여 모름/무응답 비율을 3.8%였다.

그림 10. 후보자 TV토론회 이후 지지후보의 변화



다음으로는 유권자들이 선거정보를 획득하는데 있어서 TV토론회의 효과를 알아보기 위해 “귀하께서는 시장 후보 합동 TV 토론회가 선거정보를 얻는데 얼마나 효과적이라고 생각하십니까?”라는 질문항을 제시하였다.⁶⁾ 그 결과 아래 그림에서 보는 바와 같이 전체 응답자 중 8.3%가 ‘매우 효과적’, 66.8%가 ‘어느 정도 효과적’, 21.3%가 ‘별로 효과적이지 않음’, 2%가 ‘전혀 효과적이지 않음’이라 응답했다. 전체적으로 보았을 때, 총 75.1%의 응답자가 선거정보 획득에 있어서의 TV토론회의 효과를 긍정적으로 평가한 것이다.

그림 11. TV 토론회를 통한 선거정보 획득 효과성



지인들과의 대화 여부는 선거에 대한 관심도를 나타내는 또 다른 지표로 볼 수 있다. 따라서 선거에 대한 관심도를 측정하는 또 하나의 요소로써 후보자 TV토론회 시청이후 지인들과 선거 관련 대화의 빈도를 측정하였다.⁷⁾ 그 결과 아래 그림에서 보는 것과 같이 선거 관련 대화를 한

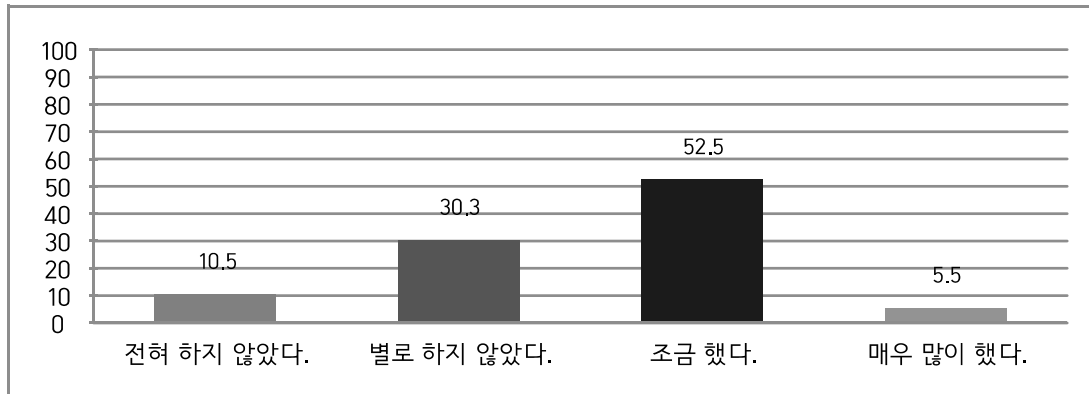
6) 이 질문에 대하여 모름/무응답 비율은 1.6%였다.

7) 이 질문에 대하여 모름/무응답 비율은 1.2%였다.

적이 있다고 응답한 사람들의 비중(58%)이 그렇지 않았다고 응답한 사람들의 비중(40.8%)보다 많았다.

(4) TV토론이후 지인들과 대화의 증가

그림 12. 후보자 TV토론회 이후 지인들과 관련 대화 여부



TV토론회의 시청 횟수와 시청 관심도는 선거에 대한 관심도를 나타내는 두 변수(선거 관심도, 선거관련 지인들과의 대화여부)와 어떤 연관성을 갖는지 알아보기 위하여 이들의 상관관계 분석을 실시하였다. 그 결과 아래 <표3>과 같이 토론회 시청 횟수와 관심도, 그리고 유권자의 선거 관심도를 보여주는 두 변수들 간에는 통계적으로 유의미한 양(+)의 상관관계가 있음을 알 수 있다. 즉 유권자가 후보자 TV토론회를 더 자주 접할수록, 더 많이 주목할수록, 그들이 선거에 대하여 더 큰 관심을 갖는 경향이 있는 것이다.

표 3. 토론회 접촉 빈도 및 시청 관심도와 유권자의 선거에 대한 관심도 상관관계 분석

구분	Pearson Correlation
TV토론회 시청 횟수-선거에 대한 관심도	.189**
TV토론회 시청 횟수-유권자의 선거 관련 대화 빈도	.216**
TV토론회 시청 관심도-선거 관심도	.324**
TV토론회 시청 관심도-유권자의 선거 관련 대화 빈도	.345**

** : p<0.01

(5) TV토론회의 실제 투표의도에 대한 영향

후보자 TV토론회 시청으로 인하여 고양된 유권자의 선거에 대한 관심이 실제 투표행태에는 어떠한 영향을 미쳤을까? 이를 알아보기 위해 먼저 후보자 TV토론회 시청 빈도와 응답자들의 투표 참여 의사간의 교차분석을 실시하였으나 통계적으로 유의미한 점을 발견하지 못했다. 그러나 TV토론회 시청 관심도와 응답자들의 투표 참여 의사간의 교차분석은 통계적으로 유의미한 결과를 보였다. 아래 <표 4>에서 볼 수 있듯이 투표참여의사는 전반적으로 매우 높은 와중 TV토론회를 더 많은 관심을 가지고 시청한 응답자일수록 ‘반드시 투표할 것’이라고 응답한 이들의 비율이 매우 많았다.

표 4. TV토론회 시청 관심도와 선거 투표 참여 의사 교차분석

구분		투표 참여 의사				합계
		투표할 의사 없음	별로 투표하고 싶지 않음	가급적 투표할 것	반드시 투표할 것	
TV토론회 시청 관심도	특별한 관심 없이 지나치며 시청	0	0	5	3	8
		0%	0%	62.5%	37.5%	100.0%
	별로 관심을 기울이지 않고 가끔 시청	0	6	18	20	44
		0%	13.6%	40.9%	45.5%	100.0%
	어느 정도 관심을 갖고 시청	2	7	90	143	242
		.8%	2.9%	37.2%	59.1%	100.0%
	많은 관심을 갖고 시청	0	3	12	87	102
		0%	2.9%	11.8%	85.3%	100.0%
합계		.0%	2.9%	11.8%	85.3%	100.0%
		2	16	125	253	396

※ $\chi^2=42.854$ (df=9 p<0.001)

유권자 투표 동원 효과에 이어서 후보자 TV토론회의 시청(시청 횟수와 시청 관심도)이 실제 유권자의 투표 후보 결정에 영향을 미쳤는가를 살펴보기 위하여 두 변인과 투표 후보 결정 영향력 변인과의 상관관계를 각각 알아보았다. 그 결과 아래 <표 5>과 같이 시청 회수와 시청 관심도 모두 실제 투표 후보 결정 영향력에 관하여 양의 상관관계를 갖는 것으로 나타났다. 즉 시청자가 후보자 TV토론회를 자주 접할수록, 더 많은 관심을 가지고 시청할수록 TV토론회 시청 자체가 실제 투표 후보 결정에 미치는 영향력이 더 커진다는 것이다. 시청 횟수와 시청 관심도 중 시청 관심도와의 상관계수가 더 큼으로 시청한 횟수 보다는 얼마나 많은 관심을 가지고 시청하였느냐가 투표할 후보를 결정하는데 있어 더 큰 연관이 있음 또한 알 수 있다.

표 5. 토론회 접촉 빈도 및 시청 관심도와 투표 후보 결정 영향력간 상관관계

구분	Pearson Correlation
TV토론회 시청 횟수-투표 결정 영향력	.177**
TV토론회 시청 관심도-투표 결정 영향력	.371**

** : p<0.01

후보자 TV토론회 접촉 빈도 및 시청 관심도와 다양한 선거정보 효과 변수들 간의 상관관계 분석을 실시하였다(<표 6>, <그림 13> 참조). 예상한 바대로 TV토론회의 시청 횟수와 시청 관심도는 후보자의 자질, 공약, 시정 수행능력을 비교하는데 있어 양의 상관관계를 가지고, 선거와 관련한 새로운 정치적 이슈와 추가적 선거정보 취득의 정도와도 양의 상관관계를 가지고 있는 것으로 나타났다. 즉 TV토론회의 시청 횟수가 늘어날수록, 더 많은 관심을 가지고 시청할수록 후보자에

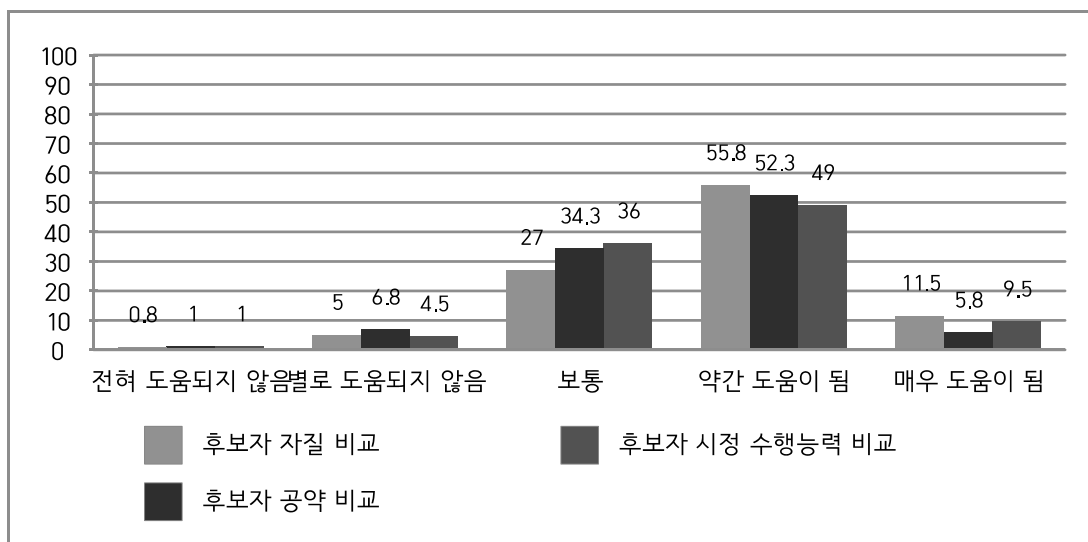
대한 더 많은 정보와 새로운 정치적 이슈, 추가적 선거정보를 취득한다는 것이다. 시청자의 정치적 지식수준과 선거정보를 획득하는데 있어서 TV토론회의 효과성은 TV토론회의 시청 횟수와는 통계적으로 유의미한 관계가 없었던 반면 시청관심도는 위 두 변인과 양의 상관관계를 나타냈다. 이것은 TV토론에 대한 주목의 정도가 강한 시청자일수록 정치지식 수준이 높은 경향이 있다는 것이며, 이런 이들일수록 선거정보를 획득하는데 있어서 TV토론회를 효과적이라고 생각하는 경향이 높다는 것이다.

표 6. TV토론회 시청 횟수 및 시청 관심도와 선거정보 효과 상관관계

구분	Pearson Correlation
TV토론회 시청 횟수-후보자 자질 비교	.174**
TV토론회 시청 횟수-후보자 공약 비교	.137**
TV토론회 시청 횟수-후보자 시정 수행능력 비교	.166**
TV토론회 시청 횟수-새롭게 알게 된 이슈	.185**
TV토론회 시청 횟수-추가적 선거정보 취득	.247**
TV토론회 시청 횟수-정치지식 수준	.035
TV토론회 시청 횟수-선거정보 획득 효과성	.095
TV토론회 시청 관심도-후보자 자질비교	.362**
TV토론회 시청 관심도- 후보자 공약 비교	.254**
TV토론회 시청 관심도- 후보자 시정 수행능력 비교	.325**
TV토론회 시청 관심도-새롭게 알게 된 이슈	.273**
TV토론회 시청 관심도-추가적 선거정보 취득	.361**
TV토론회 시청 관심도-정치지식 수준	.139**
TV토론회 시청 관심도-선거정보 획득 효과성	.390**

** : p < 0.01

그림 13. TV토론회의 다양한 선거정보 효과



3) TV토론회 시청행태에 영향을 미치는 개인의 정치적 태도 관련 변인

TV토론회가 시청자들의 선거와 정치 참여와 관련하여 얼마만큼의 효과를 가지는지 살펴보기 위해서는 이들이 TV토론회를 접하는 빈도(시청 횟수)와 TV토론회 시청에 있어서 몰입하는 수준(관심도)을 살펴볼 필요가 있다. TV토론회를 자주 접하는 사람일수록, 더 많은 관심을 가지고 시청하는 사람일수록 투표 결정에 있어 TV토론회의 영향을 많이 받을 수 있기 때문이다. 그런데 이러한 TV토론회 시청 횟수와 관심도는 유권자의 기존 정치적 태도와 관련한 여러 변인들과의 상관관계가 있을 수 있다. 예를 들어 개인의 정치적 효능감에 따라 TV토론회를 대하는 개인들의 자세가 달라질 수 있다. 마찬가지로 정치에 관련하여 사전지식이 풍부하고, 평소 투표와 같은 정치 참여적 활동에 대해 긍정적으로 생각하는 사람과 그렇지 않은 사람들 간에는 TV토론회를 받아들이는 정도의 차이가 존재할 것이다.

표 7. TV토론회 시청 횟수 및 시청 관심도와 정치적 효능감 상관관계 분석

구분	Pearson Correlation
내적 효능감-TV토론회 시청 횟수	.036
외적 효능감-TV토론회 시청 횟수	.060
내적 효능감-TV토론회 시청 관심도	.274**
외적 효능감-TV토론회 시청 관심도	.215**

** : p<0.01

먼저 유권자가 행사하는 투표의 중요도 즉 내적 효능감과 어느 후보가 권력을 잡는가의 중요도 즉 외적 효능감에 따라 TV토론회를 대하는 유권자들의 행태가 어떻게 달라지는지에 대하여 살펴보았다. 시청자들의 시청 횟수와 토론회에 대한 관심도를 중심으로 유권자의 정치효능감과의 상관성을 분석했다. 내적 효능감 측정 변수(내가 행사하는 한 표는 우리나라 정치발전을 위해 중요하다.), 외적 효능감 측정 변수(어떤 후보가 서울 시장으로 당선되느냐는 매우 중요한 사안이다.), 그리고 후보자 TV토론회 시청 횟수 및 관심도 변수 사이에 상관관계 분석을 실시해보았다. 우선 TV토론회의 시청 횟수와 정치적 효능감(내적, 외적 모두)변수 사이에는 통계적으로 유의미한 관련성을 찾을 수 없었다. 반면 TV토론회에 대한 관심도와 정치적 효능감(내적, 외적 모두)변수와는 유의미한 상관관계를 발견할 수 있었다. 즉 '내가 누구에게 표를 던지느냐'를 중시하는 내적 효능감과 더불어 '누가 권력을 잡느냐'를 중시하는 외적 효능감이 높은 사람일수록 후보자 TV토론회를 더 많은 관심을 가지고 시청하는 경향이 있다는 것이다.

표 8. TV토론회 시청 횟수 및 시청 관심도와 선거 관심도, 정치지식 수준, 투표참여 의향 상관관계 분석

구분	Pearson Correlation
선거에 대한 관심도-TV토론회 시청 횟수	.189**
정치지식 수준-TV토론회 시청 횟수	.035
투표 참여 의향-TV토론회 시청 횟수	.101*
선거 관심도-TV토론회 시청 관심도	.324**
정치지식 수준-TV토론회 시청 관심도	.139**
투표 참여 의향-TV토론회 시청 관심도	.252**

*:p<0.05, **: p<0.01

다음으로는 정치적 효능감 이외에 TV토론회 시청 횟수와 시청 관심도와 상관관계가 있을 것이라고 고려되는 개인의 선거자체에 대한 사전 관심도, 정치적 지식수준, 그리고 투표참여에 대한 의지를 측정하고 상관관계를 알아보았다. 그 결과 위 표에서 보는 바와 같이 위 대부분의 변수들이 토론회 시청 횟수 및 시청 관심도 모두와 상관관계에 있다는 것으로 나타났다. 그러나 선거 관심도, 정치적 지식수준, 투표 참여 의향, 이 세 가지 변인들은 시청 횟수보다는 시청 관심도와 보다 큰 상관관계를 가지고 있었다. 즉, 기존 선거에 대한 관심이 높고 투표 참여에 대한 의지가 클수록, 정치적 지식이 높을수록 TV토론회를 시청할 때 보다 큰 관심을 가지고 시청하는 경향이 있음을 확인하였다.

표 9. 후보자 TV토론회 선거정보 획득 효과성과 토론회 시행 횟수의 충분성 교차분석

구분		토론회 시행 횟수의 충분성 (3회)		합계
		충분하다	부족하다	
TV 토론회를 통한 선거정보 획득 효과성	전혀 효과적이지 않음	6	2	8
		75.0%	25.0%	100.0%
	별로 효과적이지 않음	67	18	85
		78.8%	21.2%	100.0%
	어느 정도 효과적	197	70	267
		73.8%	26.2%	100.0%
	매우 효과적	15	18	33
		45.5%	54.5%	100.0%
합계		285	108	393
		72.5%	27.5%	100.0%

※ $\chi^2=14.063$ (df=3, p<0.01)

표 10. 후보자 TV토론회 선거정보 획득 효과성과 토론회 진행 시간의 적절성 교차분석

구분		토론회 진행 시간의 적절성 (평균 90분)			합계
		시간을 더 줄여야 한다.	현행대로 유지해야 한다.	시간을 더 늘려야 한다.	
TV 토론회를 통한 선거정보 획득 효과성	전혀 효과적이지 않음	4	3	1	8
		50.0%	37.5%	12.5%	100.0%
	별로 효과적이지 않음	10	55	17	82
		12.2%	67.1%	20.7%	100.0%
	어느 정도 효과적	19	176	70	265
		7.2%	66.4%	26.4%	100.0%
	매우 효과적	1	13	19	33
		3.0%	39.4%	57.6%	100.0%
합계		34	247	107	388
		8.8%	63.7%	27.6%	100.0%

※ $\chi^2=35.962$ (df=6, p<0.001)

아래 표에 나타나듯이, 서울시장 선거 후보자 TV토론회를 통하여 선거정보를 얻는 것이 효과적이라고 긍정적으로 대답한 응답자들 사이에서 토론 진행방식에 대한 만족도가 상대적으로 높은

반면에 정보 획득의 효과성에 대하여 부정적으로 응답한 조사 대상자들 사이에서는 토론 진행방식에 대한 만족도가 상당히 낮게 나타났다. 후보자 TV토론회가 선거정보를 획득하는 효과적인 매체라는데 긍정적인 응답을 보인 이들 중 80%(총 295명 중 238명)는 토론진행 방식에 대해 만족한다고 응답하였다. 반면 TV토론회 시청이 선거정보 획득에 있어서 전혀 효과적이지 않다고 밝힌 응답자의 경우 토론 진행에 대해 만족하지 않는 이들이 75%를 차지하였고, 선거 정보 획득 효과가 별로 효과적이지 않다고 답한 응답자의 경우 42%가 토론 진행방식에 대해 만족하지 않았다. 이러한 결과는 지난 2014년 서울시장 선거 후보자 TV토론회의 진행방식에 대한 시청자들의 불만족도와 토론회 시청을 통한 선거정보의 효과적 전달 여부가 결코 무관하지 않음을 시사한다.

표 11. 후보자 TV토론회 선거정보 획득 효과성과 토론진행 방식 만족도 교차분석

구분		토론진행 방식 만족도			합계
		별로 만족하지 않음	어느 정도 만족	매우 만족	
TV 토론회를 통한 선거정보 획득 효과성	전혀 효과적이지 않음	6	2	0	8
		75.0%	25.0%	0%	100.0%
	별로 효과적이지 않음	34	45	2	81
		42.0%	55.6%	2.5%	100.0%
	어느 정도 효과적	49	207	6	262
		18.7%	79.0%	2.3%	100.0%
	매우 효과적	8	21	4	33
		24.2%	63.6%	12.1%	100.0%
합계		97	275	12	384
		25.3%	71.6%	3.1%	100.0%

※ $\chi^2=38.398$ (df=6, $p<0.001$)

토론 진행의 공정성에 대한 평가의 경우, TV토론회가 선거정보 획득에 효과적이라고 대답한 사람들이 그렇지 않다고 대답한 응답자들과 비교하여 토론 진행이 공정하였다고 받아들이는 비중이 더 높은 것으로 나타났다. 선거정보 획득 매체로써의 TV토론에 대하여 긍정적으로 대답한 응답자들의 86%(총 289명중 249명)가 토론진행의 방식에 대해 공정하다고 응답했다. 반면 TV토론회가 선거정보를 획득하는데 있어 효과가 없다고 응답한 응답자들의 과반(56%, 총 88명중 50명)은 토론회 진행방식에 대해 공정성이 결여되어 있다고 응답하였다. 이를 모두 종합해보면, 결국 후보자 TV토론회 시청이 선거정보 획득에 있어서 그다지 효과적이지 않았다고 응답한 사람들 중 일부는 토론 진행이 별로 공정하게 전개되지 않았기 때문에 정보 전달에 있어서도 도움이 안 되었다고 생각하는 것으로 판단된다.

표 12. 후보자 TV토론회 선거정보 획득 효과성과 토론진행의 공정성 교차분석

구분		토론진행의 공정성				합계
		전혀 공정하지 않음	별로 공정하지 않음	공정한 편	매우 공정	
TV 토론회를 통한 선거정보 획득 효과성	전혀 효과적이지 않음	3	3	1	0	7
		42.9%	42.9%	14.3%	0%	100.0%
	별로 효과적이지 않음	1	43	36	1	81
		1.2%	53.1%	44.4%	1.2%	100.0%
	어느 정도 효과적	3	34	207	12	256
		1.2%	13.3%	80.9%	4.7%	100.0%
매우 효과적	1	2	24	6	33	
	3.0%	6.1%	72.7%	18.2%	100.0%	
합계		8	82	268	19	377
		2.1%	21.8%	71.1%	5.0%	100.0%

※ $\chi^2=135.203$ (df=9, $p<0.001$)

5. 결론

TV토론이 현대 민주주의 선거의 가장 핵심적인 이벤트임에는 틀림없으나 그렇다고 TV토론 자체가 선거관세 전체를 결정짓는 것은 아니다. 사람들이 선거에 임할 때에는 지지정당, 후보에 대한 사전지식, 미디어의 의제, 개인의 성향 등 다양한 요인들이 관여한다. 그렇기 때문에 어느 한 두 지표를 갖고 선거결과를 예측하기란 불가능하다. 더구나 TV토론만이 선거결과를 좌우되었다고 단언하는 것은 실험실처럼 제한된 공간에서나 가능한 것이지 실제 현실에서는 불가능할 지도 모른다. 그럼에도 불구하고 민주주의 국가에서는 TV토론은 가장 적은 비용으로 가장 큰 정치적 효과를 낼 수 있는 장치로 꼽힌다.

본 조사에서도 응답자들의 56.3%는 TV토론이후 선거에 대한 관심도가 높아졌다고 밝혔다. 또한 응답자들의 6%는 “매우 유익했다”로, 또 62.8%는 “다소 유익했다”는 등 약 68.8%가 유익하다고 답했다. 나아가 응답자의 69.1%는 TV토론회의 시청은 자신이 투표할 후보결정에 영향을 미친다고 답변했다. 이 같은 답변은 유권자들이 TV토론의 필요성과 효과에 상당히 긍정적인 평가를 하는 것으로 평가된다. 하지만 TV토론을 통해 자신의 지지후보를 바꾸겠다는 응답은 4%에 불과했으며 “기존 지지후보에 더욱 호감을 갖게 되었다”고 34%가 응답, 지지효과가 더 크게 나타났다. 더불어 “토론에는 실망했지만 후보를 바꾸지는 않겠다”는 응답자도 38%에 달했다. 이는 TV토론은 유권자들의 관심을 환기시키고, 필요한 정보를 제공하는 데에는 크게 이바지하지만 실제 지지후보자를 바꾸는 데에는 매우 제한적 효과가 있다는 것을 보여준다.

관심을 갖고 TV토론을 지켜본 시청자의 경우, 또 TV토론을 2회 이상 본 경우 등은 선거와 관련 대화를 더 많이 하는 것으로 나타났으며 투표에 반드시 참여하겠다는 의지도 강력하게 표명했다. 또한 현재의 공직후보자들의 TV 토론회 횟수에 만족하거나 토론회가 더 늘어나야 한다고 생각하는 응답자일수록 TV토론회가 후보결정에 도움이 된다고 밝히고 있다. 또한 교차분석을 통해

현행 TV토론에 만족을 느끼는 사람일수록 TV토론이 공정하다고 믿는 경향이 있는 것과 또 TV토론의 효과에 긍정적이라는 것이 드러났다. 이 같은 사실들은 정치에 관심있는, 투표에 관심있는 유권자일수록 TV토론으로부터 더 많은 정보를 얻고 또 만족감을 표명한다는 것을 보여준다. 이는 TV토론의 향후 나아갈 방향에도 많은 점을 시사해준다. 즉, 향후 TV토론은 현재의 TV토론에 만족하는 유권자들을 지속적으로 만족시키면서 TV토론에 불만족하거나 불신하는 유권자들에게도 필요한 정보를 제공해야 하는 의무가 있기 때문이다. 특히 현재의 정치체제, 정치인들에게 불만을 많은 유권자들에게도 TV토론을 통해 선거에 필요한 정보가 전달될 수 있기 때문에 TV토론은 이들 유권자들의 흥미와 관심을 끌 수 있는 장치를 마련해야 할 것이다.

본 연구는 TV토론의 포맷에 대한 연구는 진행하지 않았다. 그러나 기존에 TV토론에 대한 개선 방향으로 거론되었던 것들이 고쳐지지 않은 형태로 그대로 재연되고 있음을 확인할 수 있었다. 가령 TV토론 방송시간대의 조정이다. 특히 유권자들이 TV를 많이 보는 프라임타임 (오후 8시~10시)에 TV토론을 중계할 필요가 있다는 지적이 많았다(권혁남, 2009; 윤종빈, 2010; 이강형, 2014). 대통령선거 TV토론회는 그나마 프라임타임 중계가 있었으나 이번 서울시장 선거의 TV토론회의 중계는 오전에 2번, 또 자정 무렵에 1번 진행되었다. 6월 2일 열렸던 jtbc의 TV토론만이 오후 9시 20분에 시작, 그나마 유권자들이 쉽게 시청할 수 있는 배려를 했을 뿐이다. 종합편성채널인 jtbc는 케이블이나 위성방송 혹은 IPTV 등을 통해서 볼 수 있다는 점을 고려한다면 종합편성채널의 단독 중계는 공중과 시청자들을 배제하는 또 다른 문제점을 갖게 된다. 또한 jtbc의 4차 TV토론회는 개최여부가 확정되지 않아 많은 기자들은 5월 28일 열린 3차토론회를 마지막 토론회로 간주, 보도한 뒤에 6월 2일에야 뒤늦게 4차 토론회 소식을 알렸을 정도로 홍보에도 소홀했다. TV토론의 접근성이 이처럼 제한적이라면 TV토론의 도입취지는 훼손될 수 밖에 없다.

이번 서울 시장 후보들의 TV토론에서는 서울시선관위 주최의 TV토론회만이 1) 국회에 5인 이상 소속의원을 가진 정당후보와 2) 직전 선거에서 유효투표의 3%이상을 득표한 정당이 추천한 후보 3) 최근 4년 이내 선거에서 유효투표 10% 이상을 득표한 후보 4) 여론조사 평균지지율이 5%이상인 후보 등으로 규정한 공직선거법 82조 2항에 따라 3명의 후보를 초청했을 뿐 다른 3곳의 TV토론은 새누리당과 새정치민주연합 두 정당의 후보만으로 구성되었다. 과연 두 개 정당 후보자들만을 초청하는 것이 옳은 지, 아니면 초청후보들을 더 늘려야 하는 지 등에 대해서는 다양한 논의가 필요한 듯 싶다. 또 3당의 후보가 자신이 속한 정당의 정책이 아니라 특정 정당의 후보만을 상대로 발목잡기식 토론을 하는 것에 대한 대책마련도 시급하다.

참고문헌

- 구교태, 김관규, 이준웅 (2007). 선거방송토론의 효과에 대한 연구: 2006년 대구시장 후보 토론방송을 중심으로, 『한국언론학보』 51(20), 203-225.
- 권혁남 (2009). 지방선거 후보토론의 효율적 관리, 한국언론학회 봄철정기학술대회, 2009년 6월 5일, 코엑스 컨퍼런스센터.
- 권혁남 (2011). 2010 지방선거에서 미디어 이용과 TV토론관심시청이 정치효능감, 투표행위에 미

- 치는 효과연구, 『한국언론학보』, 55 (6). 126-151
- 문성철·양문희 (2009). 대통령 선거 토론 프로그램 시청이 정치 효능감과 정치 참여에 미치는 영향 연구. 『한국방송학보』, 23(1), 131-168.
- 박기순 (1998). 정치토론, 이동신, 박기순 편저, 『정치커뮤니케이션 원론』, 97-129.
- 송종길 (2006). 공직후보 TV토론 이용 동기가 유권자의 투표행위에 미치는 영향 연구, 『한국언론학보』, 50(6), 440-460.
- 송종길 (2006). 공직후보 TV토론. 오택섭, 권혁남, 김성태 외 『현대정치커뮤니케이션 연구』. 나남, 207-256.
- 송종길, 박상호 (2009). 17대 대통령후보 TV토론이 유권자의 태도변화 및 투표행위에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국언론학보』, 53(6). 87-103
- 윤종빈 (2010). 선거방송TV토론의 현황연구, 대한정치학회보, 18(2), 149-167.
- 이강형, 선거방송토론 10년, 성찰과 미래!, 중앙선거방송토론위원회 토론회 자료집, 2014년 3월 14일, 한국프레스센터 20층,
- 이준웅 (1999). 텔레비전 토론의 정치적 영향력: 제15대 대통령선거를 중심으로. 『한국방송학보』, 12, 253-297.
- 정성호 (2012). 제 18대 대통령 선거 경선 TVx론 무엇이 문제인가?. 한국정치커뮤니케이션학회 특별세미나, 2012년 9월 7일, 방송회관 3층 회의장.
- McKinney, M. S. & Carlin, D. B. (2004). Political campaign debates, Kaid, L. L. (Ed.). Political Communication Research. (pp. 203-234). LEA: Mahwah, New Jersey.
- Chaffee, S. H. (1979). Approaches of U.S. scholars to the study of televised political debates. Political Communication Review, 5, 19-33.