

2022년도 중앙선거방송토론위원회 연구용역 결과보고서 요약문

제20대 대통령선거 후보자토론회 효과 분석



사단법인
한국정치학회 KPSA

제20대 대통령선거 후보자토론회 효과 분석

이 연구는 2022년도 중앙선거방송토론위원회 연구용역사업으로 수행된 것으로서, 본 연구에서 제시된 의견이나 대안 등은 중앙선거방송토론위원회의 공식의견이 아니라 본 연구진의 개인 의견임.

한 국 정 치 학 회

2022년도 중앙선거방송토론위원회 연구용역 결과보고서 요약문

과제명: 제20대 대통령선거 후보자토론회 효과 분석 연구

사업추진단체: 한국정치학회

연구자:

책임 연구원: 이한수 (아주대학교)

공동 연구원: 임유진 (강원대학교)

최재동 (연세대학교)

길정아 (고려대학교)

사업기간: 2022. 1. ~ 2022. 4.

목 차

I. 서론	1
II. 선행 연구 검토	1
1. 후보자토론회의 제도에 대한 평가	1
2. 후보자토론회에 대한 인식	2
3. 후보자토론회의 효과	2
III. 연구 내용 및 방법	3
1. 연구의 내용과 범위	3
2. 조사 방법	4
3. 응답자 특성	4
4. 분석방법	7
IV. 제20대 대통령선거 후보자토론회 효과 분석	7
1. 제20대 대통령선거 후보자토론회 제도 평가	7
2. 제20대 대통령선거 후보자토론회 현실 평가	8
3. 제20대 대통령선거 후보자토론회 효과 분석	10
V. 매체의 후보자토론회 보도	11
VI. 후보자토론회 효과성 제고를 위한 방안 모색	13
1. 후보자토론회 제도적 차원에서의 제언	13
2. 후보자토론회 인지적 차원에서의 제언	13
3. 후보자토론회 효과적 차원에서의 제언	14

<표 목차>

<표 1> 후보자토론회 효과 분석 연구의 범위 3
<표 2> 설문조사 응답자 특성 5

I. 서론

방송을 통한 후보자토론회의 기본적인 역할은 유권자들에게 선거와 후보자들에 관한 정보를 제공하여 투표 선택에 도움을 주는 것이다(Holbrook 1996). 이 연구는 중앙선거방송토론위원회가 주관한 제20대 대통령선거 후보자토론회가 이러한 목적을 적절하게 달성했는가를 분석한다. 특히, 이 보고서는 후보자토론회가 정보 제공과 후보자 선택에 효과적이었는지, 흥미롭고 공정하게 진행되었는지를 경험적으로 검토한다.

이 보고서는 토론회 시청이 유권자들의 정치행태에 미치는 영향력을 다각적으로 검토한다. 예를 들어, 후보자토론회 시청은 유권자들의 선거나 정치에 대한 관심을 환기시킬 수 있다. 즉, 후보자토론회가 넓은 의미에서 정치참여를 증진시키는 역할을 할 수 있는가를 파악한다. 또한 후보자토론회 시청이 선거나 후보자에 대한 지식 증가로 이어지는가를 검토한다. 종국적으로 후보자토론회 시청이 유권자들의 후보자 선택에 미치는 영향력을 추정한다.

후보자토론회가 유권자들에게 필요한 정보를 적절하게 제공하는가는 토론회가 어떠한 방식으로 진행되는가와도 관련이 있다. 이 연구는 토론회 진행 방식과 빈도, 시간 등에 대한 유권자들의 평가를 파악한 후 더 나은 정보 전달을 위해 필요한 대안을 제시하고자 한다. 특히, 정책선거 활성화를 위해 어떠한 토론회 운영 방식이 필요한가를 숙고할 것이다.

이 보고서는 제20대 대통령선거 후보자토론회의 영향력을 다각도로 분석하여 후보자토론회가 유권자들에게 유의미한 정보를 전달하는가를 확인한다. 이를 통해 후보자토론회가 발전적으로 나아가야 할 방향을 모색한다.

II. 선행 연구 검토

1. 후보자토론회의 제도에 대한 평가

대통령선거 후보자토론회가 처음 개최된 제15대 대통령선거에서 주요 후보자들 간의 합동토론회는 세 차례 개최되었다. 당시 토론회를 탐구한 연구에 따르면, 토론회가 토론이 아닌 비방 중심이었으며, 사회자의 역할이 미숙하여 이러한 현상이 더 두드러졌던 것으로 보인다. 2002년에 있었던 제16대 대통령선거에서도 유사한 문제가 지적되었다. 기존 연구에 따르면, 후보자가 특정 후보자를 지명한 후 상호토론을 진행하는 방식, 즉 후보자들끼리 질문을 주고받

는 형식의 경우 상대 후보를 비방하기 위해 주로 사용되는 경향이 있으며, 질문의 수준도 상대적으로 낮았다고 평가했다.

2007년 제17대 대통령선거부터는 2004년 선거법에 개정에 따라 중앙선거방송토론위원회가 후보자토론회를 주관하게 되었다. 기존에 비해 다양한 방식의 토론회를 기획했던 것은 좋았으나 후보자가 여섯 명에 달해 토론이 원활하게 이루어지지 못했다는 비판이 있었다. 2012년 제18대 대통령선거 후보자토론회 형식을 탐구한 연구는 당시 후보자들의 반박과 재반박, 재질문의 기회가 제한되었던 것이 후보자들 간의 열띤 토론을 제한하였으며, 또한 유권자들에게 후보자들을 평가할 기회를 제한하였다고 주장한다. 2017년 제19대 대통령선거 후보자토론회에서도 시간총량제 자유토론 진행 시 후보자들이 주제에서 벗어나는 질문과 발언을 하며 네거티브 공방을 펼치는 모습이 나타났다.

2. 후보자토론회에 대한 인식

후보자토론회에 대한 인식은 크게 후보자토론회에 대한 유권자들의 유용성, 흥미성, 공정성 평가를 중심으로 살펴볼 수 있다. 기존 보고서의 경험적 결과에 따르면, 유권자들의 후보자토론회에 대한 전반적인 인식은 긍정적이었다. 특히 정보원으로서의 후보자토론회의 유용성과 토론회 진행의 공정성에 대한 유권자들의 긍정적인 평가는 인상적이다. 반면 흥미로운 후보자토론회 진행을 위해서는 상대적으로 더 고민이 필요한 영역이라고 볼 수 있다. 물론 토론회가 흥미롭게 진행되었는가는 토론회의 형식과 진행과 관련이 있을 수도 있지만, 후보자들의 수와 토론 행태, 선거 환경 또한 영향을 미칠 수 있는 영역이라는 사실도 고려할 필요가 있다.

3. 후보자토론회의 효과

현대 대의민주주의 사회에서 후보자토론회는 다양한 기능을 수행한다. 이미 언급하였듯이 후보자토론회의 가장 중요한 목적들 중 하나는 유권자들에게 정보를 제공하여 후보자 선택에 도움을 주는 것이다. 기존 보고서의 결과에 따르면, 유권자들의 다수는 후보자토론회가 선거 정보를 획득하는데 유용하다고 평가하는 것을 알 수 있다. 또한 유권자들은 후보자토론회 시청이 후보자 선택에 영향을 미쳤다고 생각하는 편이다. 더 나아가 유권자들은 후보자토론회 시청이 선거에 대한 관심을 높였다고 평가하는 경향이 있었다.

Ⅲ. 연구 내용 및 방법

1. 연구의 내용과 범위

이 연구는 대통령선거 후보자토론회의 효과를 여러 측면에서 검토한다. 이를 위해 이 보고서는 제20대 대통령선거 후보자토론회의 제도적 측면, 인지적 측면, 효과적 측면과 관련한 유권자 평가를 조사·분석한다. 이 연구의 범위는 <표 1>과 같다.

<표 1> 후보자토론회 효과 분석 연구의 범위

제도 평가	후보자토론회의 필요성, 횟수, 시간, 주제 및 진행방식 평가
인지 평가	후보자토론회의 인지도, 관심도, 공정성, 유용성, 흥미성 평가
효과 분석	후보자토론회의 효과 분석: 후보자 선호와 선택 변화, 정치 관심도 및 참여 변화, 정치 지식 변화 등

제도적인 측면에서의 분석은 후보자토론회의 필요성, 횟수, 시간, 진행방식, 주제 등에 대한 유권자들의 인식을 대상으로 포함한다. 이 조사를 통해 현재 진행되고 있는 토론회의 제도적 개선점을 파악할 수 있다.

인지적 측면에서의 분석은 후보자토론회에 대한 유권자들의 인지적 평가를 살펴본다. 후보자토론회를 유권자들이 어느 정도 알고 있는지(인지도), 어느 정도 관심을 두는지(관심도), 흥미를 유발하는지(흥미성), 유용한 정보의 제공자로 인식하는지(유용성), 공정하다고 인식하고 있는지(공정성) 등에 초점을 맞추어 후보자토론회에 대한 유권자들의 평가를 분석한다.

효과 측면에서는 후보자토론회가 유권자들의 정치와 선거에 대한 관심, 지식, 효능감, 정책 및 후보자 인지, 정책 및 후보자에 대한 태도와 참여, 그리고 후보자 선택에 미치는 영향력을 분석한다. 특히, 후보자토론회가 후보자 선택에 미치는 영향을 파악하기 위해 사회심리학적, 합리적선택, 그리고 인지심리학적 요인으로 나누어 각각의 독립적인 영향력을 추정한다.

특히 이 보고서는 제도와 인지 평가, 그리고 효과 분석에 있어 선거 환경이 미치는 영향력을 가늠하고자 한다. 이를 위해 주요 대중 매체가 후보자토

론회를 어떻게 평가하고 기사화하는지를 조사한다. 이 조사를 바탕으로 이러한 매체의 후보자토론회 보도가 유권자들의 평가와 선호에 어떠한 영향을 미치는가를 분석한다.

2. 조사 방법

이 연구는 제20대 대통령선거 기간 중에 중앙선거방송토론위원회가 주관하는 후보자토론회를 전후하여 동일한 응답자를 대상으로 하는 패널 설문조사를 실시하였다. 조사 대상은 전국에 거주하는 만18세 이상의 남녀이며, 조사 방법은 유무선 전화를 혼용한 무작위(Random Digit Dialing) 전화면접조사이다. 사전조사는 2022년 2월 17~18일에 진행하였으며, 사후조사는 선거 직후인 3월 10일부터 14일까지 진행하였다.

이 연구는 후보자토론회의 효과를 다각도로 분석한다. 이를 위해 유권자들을 대상으로 설문을 진행한다. 설문 문항은 후보자토론회에 대한 제도에 대한 평가, 토론회에 대한 인식, 그리고 그 효과에 대한 내용을 포함한다. 특히 이번 설문조사에는 후보자토론회의 주제에 대한 유권자들의 평가를 담고 있다. 이 질문들을 통해 세 차례 토론회에서 다루었던 주제들이 적절했는가에 대한 유권자들의 평가를 확인할 수 있다.

3. 응답자 특성

앞서 언급하였듯이 후보자토론회 효과를 분석하기 위해 이 연구는 사전/사후 패널 설문조사를 실시하였고, 사후조사 기준 응답자 수는 1,004명이다. <표 III-3-1>은 이 조사에 참여한 설문 응답자의 주요 특성을 담고 있다. 이 표의 사례수는 조사완료자의 수이며, 비율(%)은 지역별, 성별, 연령별 가중치가 부여된 값이다. 그렇기 때문에 보고서 본문에서 원자료를 분석한 결과는 가중치가 적용된 부록의 통계표와는 수치상의 차이가 존재할 수 있다.

가중치가 적용된 비율을 담고 있는 아래의 표를 보면, 후보자토론회와 관련하여 후보자토론회를 3회 시청하였다는 응답자의 비율이 42.9%로 가장 높은 빈도를 보였다. 주요 후보자토론회인 제1차 토론회(경제분야)를 보았다는 유권자의 비율은 78.3%, 제2차 토론회(정치분야)를 시청하였다는 비율은 75.3%, 제3차 토론회를 시청한 비율은 76.5%, 마지막으로 군소정당 후보자토론회를 보았다는 비율은 25.9%였다. 이러한 통계치는 이번 선거와 후보자토론회에 대한 유권자들의 관심이 매우 높았다는 것을 의미한다. 또한 토론회에 대

한 관심도도 매우 높았다. 설문 참여자의 87.9%가 토론회에 관심이 있었다고 답했다. 한편 이 연구의 분석은 주요 후보자토론회를 중심으로 한다.

<표 2> 설문조사 응답자 특성

		조사완료 사례수 (명)	비율(%)
전	체	1,004	100.0
성별	남자	560	49.8
	여자	444	50.2
연령별	18~29세	142	17.4
	30~39세	145	15.1
	40~49세	177	18.7
	50~59세	222	19.4
	60세 이상	318	29.3
지역별	서울	212	18.9
	인천/경기	319	31.5
	대전/세종/충청	107	10.8
	광주/전라	100	10.1
	대구/경북	88	9.5
	부산/울산/경남	132	15.0
	강원/제주	46	4.3
20대 대선 관심도	관심있음	1,494	97.5
	관심없음	40	2.5
중앙선거방송토론위원회 주관 TV토론회시청여부	시청함	1,494	97.5
	시청안함	40	2.5
중앙선거방송토론위원회 주관 TV토론회 시청횟수	1회	153	17.3
	2회	154	15.8
	3회	415	42.9
	4회	217	21.5
	모름/무응답	24	2.5

개별 토론회 시청 비율	1차 토론회	787	78.3
	2차 토론회	757	75.3
	3차 토론회	769	76.5
	군소 후보자토론회	261	25.9
TV토론회 관심도	관심있었음	849	87.9
	관심없었음	114	12.1
이념 성향별	보수	401	38.5
	중도	297	30.8
	진보	295	29.7
	모름/무응답	11	1.0
월평균 개인소득	100만원이하	189	18.8
	101-200만원	124	14.1
	201-300만원	173	17.8
	301-400만원	161	15.0
	401-500만원	101	9.5
	501만원이상	150	14.3
	모름/무응답	106	10.4
지지 정당별	더불어민주당	347	35.7
	국민의힘	399	38.3
	정의당	19	2.1
	국민의당	49	5.3
	기타정당	5	0.5
	없음	183	18.0
	모름/무응답	2	0.1
투표후보별	이재명	432	44.5
	윤석열	482	47.6
	심상정	19	2.2
	그 외 후보	9	0.8
	모름/무응답	49	5.0

최종학력별	고졸이하	353	33.6
	대학교 재학/졸업	548	56.3
	대학원 재학/졸업	99	9.8
	모름/무응답	4	0.4
직업별	화이트칼라	292	29.9
	블루칼라	151	14.2
	자영업	181	17.3
	가정주부	175	17.5
	학생	55	6.3
	농임어업	35	3.2
	무직/기타	115	11.5

4. 분석방법

이 연구는 앞서 소개한 설문조사 결과를 다각도로 분석하여 후보자토론회 효과를 파악한다. 이를 위해 사용한 주요 분석 방법은 빈도분석, 상관관계 분석, 교차분석, 회귀분석 등이다. 회귀분석을 통해 어떠한 변수가 어떠한 변수에 영향을 미치는가를 좀 더 종합적으로 파악할 수 있다.

IV. 제20대 대통령선거 후보자토론회 효과 분석

1. 제20대 대통령선거 후보자토론회 제도 평가

제20대 대통령선거 후보자토론회는 중앙선거방송토론위원회가 주관한 법정 토론 3회와 군소정당 후보 토론 1회와 함께 언론사가 주관한 2차례의 토론회 등 총 6차례가 개최되었다. 이 가운데 본 연구는 중앙선거방송토론위원회가 주관한 법정 토론회(3회)와 군소정당 후보토론회(1회)를 중심으로 후보자토론회 제도에 대한 유권자들의 인식을 분석했다.

토론 횟수와 시간에 대한 분석 결과 유권자들은 후보자토론회가 유의미한 정보를 제공하고 있다고 평가했으며, 현재 주요 후보자 대상 토론회 3회와

군소 정당 후보 대상 토론회 1회 등 4회에 걸친 개최 횟수와 토론회 진행시간(2시간)에 대해 상대적으로 긍정적으로 평가했다. 그러나 토론회 시청 이후 후보자토론회 개최 횟수가 4회로는 부족하다는 응답이 다소간 증가한 것이 나타났다. 이는 이번 제20대 대통령선거 후보자토론회 진행 과정에서 후보들 간 네거티브 비방전이 이어지면서 후보자의 공약과 자질 검증이 어려워졌음을 방증하는 것이라고 하겠다.

또한 본 연구는 후보자토론회의 제도적 측면과 관련하여 토론진행방식에 대한 유권자의 선호를 분석했다. 설문조사에서 응답자들은 주요 정당 후보 모두가 참여하는 토론 방식을 더 선호하는 것으로 나타났다. 보다 구체적으로 후보자들 간 토론방식은 주도권토론 방식을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 만족하는 비율 또한 높았다. 반면, 시간총량제토론 방식과 사회자의 질문에 후보자가 답변하는 방식이 가장 선호하지 않는 형태였다.

이는 후보자토론회 진행의 문제와 관련하여 후보자토론회 제도에 대한 시사점을 제시한다. 이번 제20대 대통령선거 후보자토론회에서 시간총량제토론 진행 과정에서 사회자 역할의 한계가 분명하게 드러났다. 따라서 후보자토론회에서 사회자에게 조금 더 의미있는 개입과 진행을 가능하게 할 수 있는 권한을 부여된다면 후보자토론회가 선거 과정에서 후보자의 정책과 자질을 평가할 수 있는 본연의 기능을 되찾아 갈 수 있을 것이다.

2. 제20대 대통령선거 후보자토론회 현실 평가

20대 대통령선거 후보자토론회 현실 평가는 관심도, 유용성, 공정성, 흥미성의 세부 내용을 평가하는 것으로 구성하였다. 이를 통해 선거에 출마하는 후보자들의 정책과 공약, 자질, 그리고 국정수행 능력을 한자리에서 평가할 수 있는 기회를 제공하는 선거과정의 중요 이벤트인 후보자토론회에 대해 유권자들이 갖고 있는 생각을 다차원적으로 평가하고 분석하였다.

첫째, 20대 대통령선거의 후보자토론회에 대해 유권자들이 얼마나 관심이 있는지 파악한 결과, 88.2%의 응답자들이 후보자토론회에 많거나 어느 정도의 관심이 있다고 대답하였다. 후보자토론회에 대한 높은 관심도는 후보 선택의 차이로도 이어졌는데, 응답의 선택지 가운데 후보자토론회를 ‘특별한 관심 없이 지나치며 보았다’고 응답한 유권자층에서 윤석열 후보를 선택한 비율이 상대적으로 높은 것이 흥미로운 발견이었다. 한편, 응답자들의 개인적 특성이 후보자토론회의 관심도에 영향을 미치는지 확인한 결과, 응답자의 연령, 학력, 직업, 월평균 개인소득, 지지 정당 등의 요소가 후보자토론회에 대한 관심

도에 영향을 미친 것으로 확인되었다.

둘째, 유권자들이 정보 전달의 채널로서 후보자토론회를 얼마나 유용하다고 인식하고 있는지 확인하였다. 설문에 응한 75%의 유권자들이 제20대 대통령선거 후보자토론회가 유익한 편이었다고 대답하였다. 다음으로 유권자들이 후보자에 대한 정보를 획득하는 실제 경로를 파악한 결과, 응답자들은 신문이나 TV와 같은 전통적인 언론매체를 정보의 소스로 가장 많이 사용하고 있었다. 이것은 소셜네트워크 서비스(SNS)나 1인 미디어를 통한 뉴스의 소비가 일상화되고 있다는 기존 연구의 진단과 결을 달리한다. 전통적인 언론매체(legacy media) 다음으로 응답자들은 후보자토론회와 유튜브를 주요 정보원으로 활용하고 있었는데, 사후조사에서는 유튜브가 후보자토론회를 압도하는 것으로 나타났다. 실제로 제20대 대통령선거 과정에서 후보자토론회를 통한 후보자 검증이 원활하게 진행되지 못하면서 유튜브 채널을 통한 대안적 정책 검증 시도가 많은 주목을 받았다.

유권자의 개별적 특성이 후보자들에 대한 정보를 습득하기 위한 채널 이용에 체계적인 차이를 유발하는지 확인한 결과 성별, 연령, 교육수준, 직업, 지지정당에 따라 자주 사용하는 정보의 출처가 다른 것으로 조사되었다. 한편, 후보자 정보 습득에 사용되는 매체와 20대 대통령 선택의 연관성을 확인한 결과, 언론보도, 주변 사람, 메시지를 통해서 후보자 정보를 습득한다는 유권자 층은 더 높은 비율로 윤석열 후보를, 유튜브로 정보를 확인하는 경우는 이재명 후보에 대한 지지 비율이 근소하게 높았다.

셋째, 후보자토론회의 공정성과 흥미성에 대해 분석하였다. 후보자토론회가 전반적으로 공정하고 흥미롭게 진행되었는지에 대해서 다수의 응답자들이 긍정적으로 답하였다. 유권자들의 개인적 특성이 공정성과 흥미성에 대한 인식과 관련 있는지 파악한 결과, 공정성 인식에는 큰 영향을 주지 않은 것으로 확인되었고, 흥미성에는 연령과 지지정당 요인이 영향을 미친 것으로 나타났다. 흥미로운 사실은 20대 대선에서 어떤 후보를 선택했는지에 따라 공정성과 흥미성에 대한 인식에 차이가 나타났다는 것이다. 윤석열 후보를 지지한 응답자일수록 후보자토론회가 공정했다거나 흥미로웠다고 대답한 비율이 높았다. 반대로 이재명 후보를 지지한 유권자들일수록 후보자토론회가 불공정했거나 흥미롭지 못했다고 인식한 비율이 높았다. 이 같은 차이는 선거에 패배한 진영과 그 지지자들일수록 자유와 공정과 같은 지표들로 측정된 선거 품질(electoral quality)에 대해 만족하지 못한다는 기존의 연구 결과와 맥을 같이 한다.

3. 제20대 대통령선거 후보자토론회 효과 분석

제20대 대통령선거 후보자토론회에 관한 효과 분석은 후보자토론회 시청이 유권자들의 정치행태에 미치는 영향을 파악한다. 우선, 조사결과에 따르면, 95.92%라는 높은 비율의 응답자가 후보자토론회를 시청한 것으로 나타났고, 중앙선거방송토론위원회가 주관하여 실시한 총 4회의 후보자토론회 중 3회를 시청한 응답자 비율이 41.33%에 이르렀다. 이를 통해 이번 대선에서 후보자토론회에 대해 국민들이 높은 관심을 보였음을 짐작할 수 있다.

이러한 후보자토론회의 시청은 응답자들의 정치 관심, 구체적으로 이번 선거에 대한 관심도와 선거와 관련된 주변 사람들과의 대화 빈도에 긍정적인 영향력을 미치는 것으로 확인되었다. 후보자토론회를 시청한 응답자들을 대상으로 질문한 문항을 분석한 결과, 65.63%의 응답자가 후보자토론회를 시청한 후 선거에 대한 관심도가 높아졌다고 생각하는 것으로 나타났다. 또한, 82.76%의 응답자들이 후보자토론회를 시청한 이후 주변 사람들과 선거에 대해 활발히 대화했다고 하였다.

후보자토론회는 정치적 효능감에도 영향을 주었다. 사전조사에 비해 사후조사에서 내적 효능감과 외적 효능감이 모두 다소 상승폭을 보였다. 그런데 특히 어떤 후보에게 투표하는지가 중요하다고 생각하는 내적 효능감에서 더욱 명확한 증가가 나타났다.

응답자들은 후보자토론회는 응답자로 하여금 후보자의 자질, 정책공약, 그리고 국정수행능력에 대해 평가하는 데 도움이 되었다고 평가하였다. 이 중에서, 특히 응답자들은 후보자의 자질과 관련해서 가장 도움이 되었다고 생각하는 것을 확인하였다. 또한, 응답자들은 후보자토론회 이전과 이후에서 주요 후보들이 제시한 공약들을 인식하는 데 긍정적인 영향력을 미쳤을 가능성을 확인하였다.

다음으로, 후보자토론회 시청이 후보자 호감도에 미친 영향력을 살펴보았다. 사전/사후조사에 모두 참여한 응답자들을 대상으로 분석한 결과, 더불어민주당 이재명 후보와 국민의힘 윤석열 후보에 대한 호감도는 모두 후보자토론회를 시청하기 이전에 비해 이후에 그 평균값이 증가하였다. 그러나 국민의당 안철수 후보에 대해서는 호감도가 사전에 비해 사후에 급격하게 감소하였으며, 정의당 심상정 후보에 대해서는 다소 감소하였다.

한편, 이재명 후보와 윤석열 후보에 대한 호감도를 응답자의 정당 선호에 따라 구분하여 살펴본 결과, 사전에 비해 사후에 두 후보에 대한 호감도 평균값이 상승한 것은 두 후보가 속한 정당을 각각 지지하는 응답자 집단에서

뿐만이 아니라, 상대 정당을 지지하는 응답자들에게서도 호감도의 증가를 관찰할 수 있었다.

후보자 선택과 관련한 분석 결과들은 응답자들이 기존에 지지하던 후보에 대한 선호를 후보자토론회 이후에 보다 강화한 것으로 나타났다. 자신이 지지하는 후보가 가장 토론을 잘했다고 응답하는 경향성이 높았으며, 가장 토론을 잘했다고 선택한 후보를 높은 비율로 선택하였다. 이러한 경향성은 특히 이재명 후보 지지자들에게서 명확하게 나타나, 이재명 후보 지지자들이 보다 결속력 있는 지지를 표명하고 있는 것을 짐작할 수 있었다. 한편, 기존의 윤석열 후보 지지자의 경우는 심상정 후보가 토론을 가장 잘했다고 선택한 비율이 윤석열 후보의 선택만큼이나 높았으나, 이들은 실제 선택에서 심상정 후보를 선택하지는 않았다. 이들은 후보자토론회의 성과와는 관계없이 지지하는 후보를 높은 비율로 선택하였다.

마지막으로, 다른 변수들을 통제한 이후에도 후보자토론회는 응답자의 선거관심도와 정치 관련 대화의 빈도를 높이는 것으로 나타났다. 그러나 후보자토론회가 후보 선택에는 통계적으로 유의미한 영향력을 나타내지 않았다.

V. 매체의 후보자토론회 보도

이 장은 매체가 후보자토론회를 어떻게 보도하는가를 살펴보았다. 이를 위해 이 연구는 열 개의 신문사와 네 개의 방송사가 2월 3일부터 3월 9일까지 생산한 후보자토론회 관련 1,919개의 기사를 다양한 범주로 분류하였다. 이 분류 결과에 따르면 대략 약 45.96%의 기사가 후보자토론회의 내용을 전달하는 기사였다. 반면 후보자토론회 자체를 평가하는 기사는 약 4.84%로 그다지 높지 않았다. 토론회 자체를 평가하는 기사의 대부분(53.76%)은 후보자토론회가 필요하지만 개선의 여지가 있다는 내용이었다.

기존 연구는 매체의 선거기사를 분류할 때 전략과 승부에 초점을 두는지 혹은 정책에 초점을 두는지를 확인하곤 한다. 이 연구도 유사한 맥락에서 후보자토론회 관련 기사가 승부에 초점을 두는지 정책에 초점을 두는지를 확인하였다. 분류 결과에 따르면 승부에 초점을 두는 기사가 약 14.9%인 반면 정책에 초점을 두는 기사는 약 9.95%이었다. 일반적인 선거기사보다 그 격차가 두드러지지 않는 않지만, 후보자토론회 관련 기사에서도 승부에 초점을 둔 기사가 정책에 초점을 둔 기사보다 더 빈번하게 관찰되었다.

후보자토론회를 보도할 때 매체가 정책보다는 전략에 초점을 두는 것은 후보자들이 토론회에서 정책을 중심으로 토론을 진행하지 않기 때문일 수 있

다. 또한 매체가 정책에 초점을 둔 기사보다 승부와 전략에 집중하는 기사의 판매 가능성이 더 높다고 판단하기 때문에 정책보다 승부에 초점을 두는 기사를 더 빈번하게 생산할 수도 있다. 후보자토론회의 목적 중 하나가 유권자들에게 유용한 정보를 제공하고 이를 통해 정책선거를 고양하는 것이라면 매체가 정책에 초점을 두고 후보자토론회를 보도한다면 그 효과는 배가될 수 있을 것이다. 물론 이를 위해 토론회에서 후보자들의 정책 토론이 선행되어야 할 것이다.

이 보고서의 연구 결과에 따르면 후보자토론회를 보도할 때 방송사와 신문사들 사이의 차이도 발견되었다. 신문보다 방송의 승부프레임기사 비율이 더 높은 편이며, 방송보다 신문의 정책기사 비율이 더 높은 편이었다. 이 결과는 신문보다 방송에서 선거기간 전략기사와 정책기사 비율이 더 높았다는 기존 연구의 결과와 부분적으로 유사하다. 물론 정책과 전략기사 빈도 차이는 언론사들 사이에서도 관찰된다. 조선일보, 중앙일보, 매일경제, 한겨레, 경향신문의 경우 승부프레임기사의 비율보다 정책기사의 비율이 더 높았다.

매체가 후보자토론회를 승부에 초점을 두고 보도한다는 것은 때로 특정 후보의 우세나 열세를 평가한다는 것을 의미한다. 하지만 이 연구의 결과에 따르면 약 82.11%에 달하는 기사들이 이번 후보자토론회가 박빙의 승부였다고 평가했다. 비록 적은 수이지만 상대적으로 더 많은 수의 기사(10.48%)가 이재명 후보가 후보자토론회를 더 잘 했다고 평가했다. 윤석열 후보의 경우 이 비율은 약 3.14% 정도였다.

이미 언급하였듯이 대략 절반에 달하는 후보자토론회 관련 기사들은 토론회의 내용을 전달하는 데 초점을 둔다. 그리고 후보자토론회의 내용을 전달하는 기사들은 때로 특정 후보에게 호의적이거나 비판적인 논조를 띤다. 이 보고서의 분류 결과에 따르면 언론은 대체로 토론회를 보도하며 후보자들에게 비판적인 견해를 보이는 것으로 나타났다. 이재명 후보에 대한 비판적인 기사 비율과 우호적인 기사 비율의 차이는 42.52%에 달하며, 윤석열 후보의 경우 약 40.37%이다. 전체적으로 보았을 때 이번 후보자토론회에 대해 매체는 윤석열 후보에 비해 이재명 후보가 토론을 더 잘 했다고 평가했지만, 후보자토론회 내용을 전달할 때 언론사들은 이재명 후보에 비해 윤석열 후보에 대한 호의적인 기사는 더 빈번하게 그리고 비판적인 기사는 덜 빈번하게 생산했다.

VI. 후보자토론회 효과성 제고를 위한 방안 모색

1. 후보자토론회 제도적 차원에서의 제언

후보자토론회가 선거과정 전반에 행사하는 영향력과 제도에 관한 관심을 유지하면서 안정적인 운용과 관리를 지속하기 위한 제도적 차원의 개선방안을 제안하고자 한다.

첫째, 후보자토론회의 진행방식에 대한 진지한 고민이 요구된다. 대통령 선거에서 다당제적 후보경쟁 구도가 나타나고 있는 한국적 현실에서 다수의 대통령선거 후보자들의 정책을 동시에 비교 검증할 수 있는 진행방식에 대한 검토와 개발이 필요한 시점이다.

둘째, 사회자의 역할에 대한 재검토가 필요하다. 기계적인 중립을 넘어 사회자가 적극적으로 개입하여 토론을 이끌 수 있도록 권한을 부여함으로써 쟁점에 관한 후보자들 간의 깊이 있는 토론이 가능하도록 해야 할 것이다.

셋째, 미디어 환경의 변화에 따라 뉴미디어 플랫폼을 활용한 유권자 참여형 실시간 진행방식에 대한 적극적인 고려가 필요하다. 본 연구의 조사결과에서 유권자들의 질문에 후보자가 응답하는 방식과 전문가의 질문에 대해 후보자가 답변하는 방식 등 시민의 참여가 보장된 토론 방식에 대한 가장 높은 선호를 보여주었다. 의제설정 단계에서부터 시민들이 적극적인 참여가 가능할 수 있도록 하는 방안이 검토되어야 할 것이다.

마지막으로 국민들의 알 권리라는 차원에서 다양한 유권자들이 후보자토론회에 보다 쉽게 접근할 수 있는 방법을 마련해야 한다. 이와 관련하여, 한 명의 수어통역사가 전체 후보자의 통역을 진행하는 수준을 넘어 각 후보자들을 담당하는 수어 통역사들을 배정함으로써 현장성을 높이고, 수어통역 채널을 복지TV와 같은 일부 한정된 케이블방송이 아닌 공영방송 전반으로 확대할 필요가 있다.

2. 후보자토론회 인지적 차원에서의 제언

제20대 대통령선거의 후보자토론회 현실 평가를 관심도, 유용성, 공정성, 흥미성이라는 네 가지 세부 내용으로 구성하고 평가한 이후, 후보자토론회의 효과성 제고를 위해 다음과 같은 정책적 대안을 제시한다.

첫째, 18대에서 20대 대통령선거의 후보자토론회에 대한 관심도를 비교해 보았을 때, 유권자들에 따라 후보자토론회에 대한 관심도에 차이가 발생하

는데, 이 같은 ‘관심도 격차’를 어떻게 줄일 수 있을지 고민해 볼 필요가 있다. 젊은 연령대의 유권자들이 후보자토론회에 더 관심을 가질 수 있도록 뉴미디어를 활용한 토론회 형식의 개발이 필요할 것으로 요청된다. 또한, 생산직이나 노무직에 종사하고 있는 유권자들과 저소득층인 유권자들이 후보자토론회에 대한 접근성을 높일 수 있도록 후보자토론회 종료 이후에라도 1인 미디어 채널을 통해 5분 이내의 짧은 분량으로 이슈별 토론 내용을 공유하고 확산하는 방안 역시 고려해볼 필요가 있다.

둘째, 이 보고서의 연구 결과는 유권자들이 이용하는 정보 채널이 다변화하였음을 보여준다. 따라서 분절화되어 있고 파편화되어 있는 현대의 정치 커뮤니케이션 환경에서 후보자토론회의 효과를 제고하기 위해서는 다양한 채널을 통해 후보자토론회 콘텐츠의 확산에 주력할 필요가 있다.

셋째, 후보자토론회의 공정성과 흥미성은 점증하는 정치적/정서적 양극화 추세 때문에 점차 달성하기 어려운 목표가 될 것으로 예상된다. 따라서 양극화 이슈를 해결하기 위해서 우선 정치권의 영합게임(zero-sum game)식의 대결 문화가 청산되어야 한다. 다음으로, 선관위에서 실천할 수 있는 방안으로 공직선거법에서의 인터넷 댓글 규제 관련 자율규제가 정착할 수 있는 제도 설계를 제안한다.

3. 후보자토론회 효과적 차원에서의 제언

최근 세 번의 대선에 걸쳐 후보자토론회의 효과성을 비교 분석한 결과, 전반적으로 후보자토론회의 효과가 여전히 유의미하게 나타나지만, 그 정도에 있어 감소 추세를 보인다. 이와 관련하여 우선 응답자들이 그동안 여러 차례의 후보자토론회를 겪어오면서 그 효과가 감소한 것인지 생각해보아야 할 필요가 있다. 특히 어떤 이유에서 그 효과가 상대적으로 작게 나타나는 것인지에 대한 논의 및 개선이 이루어져야 할 것으로 판단된다.

둘째, 본 연구의 분석 결과는 특히 후보자의 자질을 검증하는 데 후보자토론회가 유용했다는 의견이 우세하지만, 후보자의 정책공약을 검증하고 후보자의 정책수행능력을 비교 평가하는 것에는 긍정적인 응답 비율이 상대적으로 낮았다. 따라서 공약에 대한 검증과 정책수행능력의 검증에서 유권자들이 도움을 얻어 투표 선택에 반영할 수 있도록 하는 방안이 필요하다. 즉, 후보자토론회가 정책에 집중하여 진행될 수 있는 제도적 방안을 고려해야 한다. 물론 이는 제도의 문제이자 토론회에 참가하는 후보자들의 자세와도 관련이 있다.

셋째, 이번 후보자토론회는 여전히 응답자들의 선거 관심을 고양하는 데 영향력을 미치는 것으로 확인되었으나, 분석의 결과 후보자토론회는 응답자가 기존에 지지하던 후보에 대한 호감도와 지지를 더욱 높이는 방향으로 작용하는 것을 짐작할 수 있었다. 물론 후보자토론회가 반드시 지지와 선택에서의 변화를 가져와야 하는 것은 아니지만, 후보자토론회가 응답자들로 하여금 보다 다양한 방향의 고민과 선택을 가능하게 하는 환경을 조성하는 역할을 해야 할 것으로 생각된다.



사단법인
한국정치학회 KPSA