

대선후보 보도사진에 대한 공정보도 비교연구*

: 제17대 대통령선거를 중심으로

임 양 준**

경성대학교 신문방송학과 초빙교수

■ 국문초록

이 연구는 한국 신문을 통해 보도된 제17대 대통령후보들의 인물보도 사진을 바탕으로 보도의 공정성에 대한 신문사별 특성과 차이점을 알아보고자 하였다. 연구대상 신문은 『조선일보』, 『중앙일보』, 『경향신문』 그리고 『한겨레신문』으로 한정하였다. 연구결과 신문사별 대선후보 인물사진 보도 비율은 『조선일보』(29.5%)가 가장 높았으며, 이어서 『경향신문』(26.9%), 『한겨레』(22.2%) 그리고 『중앙일보』(21.4%) 순으로 나타났다. 인물사진의 전체적인 크기 면에서는 『경향신문』(28.9%)이 가장 크게 보도했으며, 『한겨레신문』(26.3%), 『조선일보』

(22.6%), 그리고 『중앙일보』(22.1%) 순으로 조사되었다. 대선후보 인물사진에 대하여 11개 항목의 분석유목을 적용한 결과, 『조선일보』는 이명박 후보와 이회창 후보에 대하여 우호적인 편파성을 보인 것으로 나타났다. 『경향신문』의 경우 이명박, 정동영 그리고 이회창 후보에게 우호적인 것으로 조사되었다. 『한겨레신문』은 이명박, 이회창, 그리고 문국현 후보에게 긍정적인 편파성을, 그리고 정동영 후보에게는 부정적인 편파성 보도를 한 것으로 조사되었다. 마지막으로 인물사진에 대한 설명글의 경우 대부분의 신문들은 후보자들에 대한 선거관련 사건을 요약하여 보도하는 경우는 드물었으며, 보도사진내용에 대한 간단한 설명에만 그친 것으로 나타났다.

* 이 연구는 2008년 한국언론학회 신진학자 연구비 지원으로 이루어졌습니다.

** image@ks.ac.kr

- 주제어: 대통령 후보, 보도사진, 대통령 선거, 공정성, 객관성, 선거보도

1. 문제의 제기

선거 상황을 보도하는 언론은 유권자에게 올바른 정보를 제공함으로써 유권자들이 합리적인 투표를 할 수 있는 중요한 역할을 담당하고 있다. 올바른 정보를 바탕으로 후보자나 정당에 대한 유권자의 선거참여는 민주주의 발전을 위해 꼭 필요하며, 따라서 후보나 정당에 대한 정확한 정보를 유권자에게 전달하는 것이 선거에서 언론의 핵심적인 역할이다(이효성, 2002).

언론의 바람직한 선거보도 자세는 진실성과 균형성을 바탕으로 한다(이효성, 2002). 선거보도에 대한 진실성은 정확한 사실의 보도를 의미한다. 이에 반해 균형성이란 각 당파에 똑 같은 양의 시간이나 지면을 할당하는가, 또는 각 당파에 대하여 긍정적 보도인가 부정적 보도인가 등의 판단여부를 가리킨다(권혁남, 2002a). 진실성과 객관성을 포함한 객관적인 보도는 언론의 역할 중 가장 중요한 사항으로, 정치후보자들에 대한 균형 있는 언론보도를 통해 유권자들에게 합당한 후보를 선택할 수 있도록 도와주는 민주주의를 위한 근본이기도하다.

그러나 정치후보자들에 대하여 무엇보다도 균형 있게 보도해야 할 언론은 특정 정

치후보나 특정 정당에 대한 편파성 보도로 오랫동안 비판을 받아왔다. 1970년대 초반까지는 관권에 의한 불법, 부정선거 시비가 많았으나, 1980년대 이후부터는 언론의 편파보도가 불공정 선거 시비의 핵심이었다(권혁남, 2002b). 언론에 의한 선거보도의 주요 문제점은 흥미위주, 여당중시 편파보도, 확대·축소·은폐 보도, 가십성 보도 등이다(고영신, 2002). 뿐만 아니라 선거관련 정보제공 기능이 미흡하고, 과거 선거에서 지속적으로 제기되었던 선정보도, 경마식 보도, 전장구도 보도, 심층보도의 부족, 부정적 선거이미지 과다 보도 등의 문제점들도 지적되었다(백선거, 1997).

미국의 경우에도 정치후보에 대한 언론의 편파성은 심각한 문제이다. 로빈슨과 쉬헨(Robinson and Sheehen, 1983)은 1980년 선거에서 공화당의 레이건 후보는 민주당의 카터 후보보다 좀 더 유리한 언론보도의 대우를 받았다고 주장했다. 뷰캐넌(Buchanan, 1991)도 1988년 미국대선 보도에 관한 5천 개가 넘는 뉴스기사와 7백 개가 넘는 방송 내용을 분석한 연구결과, 신문보도에 있어 한 후보가 다른 경쟁후보보다 더 유리한 대우를 받았다는 결론을 내렸다.

언론은 보편적으로 체제 중심적 이데올로기 구조, 사건 중심적, 흥미성 등의 일관성을 보이는 반면, 각 언론사에 따라서 정치적 지향성, 소유구조, 기자 개인의 문제로 각기 다른 차이를 보이고 있다(Shoemaker

& Reese, 1996). 즉 대중매체는 절대 중립적인 방관자로 기능하지 않으며, 일차적 정의자(gatekeeper)에 의존하여 특정 쟁점을 기사화하고, 특정 틀을 지지하는 주장이나 이미지를 부각시킬 수도 있으며, 특정인의 주장을 인용하거나 강조하여 특정 지지자를 현저하게 드러낼 수 있는 가능성이 내재되어 있다는 것이다(한동섭, 2000). 특히 우리나라 언론의 경우 상대적으로 언론사의 취향에 따라 사회문제 등을 편파적이고 일방적으로 다루는 경향이 두드러진다(김영기, 2002).

정치성향과 소유구조가 다른 언론사의 특정 후보에 대한 기사나 보도사진을 통한 왜곡된 보도는 그릇된 현실인식을 가져와 유권자들이 현실세계를 정확하게 인식하는데 방해가 되기도 한다.¹⁾ 언론의 후보 인물 사진의 선택에 따라 어느 후보는 대통령처럼 비추어 질 수도 있고, 또는 진지하지 않은 후보자로 유권자들에게 묘사될 수도 있기 때문이다(Moriarty & Garramone, 1986). 사실적이고 객관적인 특성을 가진 보도사진도 주관적이며 애매모호한 사진설명에 의하여 얼마든지 그 본질이 왜곡되고 변질될 수도 있기 때문이다.

따라서 본 논문은 이미 대선 투표일 이전

의 여론조사에서 보수 정당인 한나라당 후보가 전체 유권자의 과반수에 가까운 득표율을 획득하여²⁾ 사실상 차기대통령 당선이 확실시 되면서, 한나라당 후보를 지지하는 보수신문들과 한나라당 후보를 반대하는 진보신문들 간의 공정한 선거보도는 어려울 것이라는 가정 하에 출발하였다. 특히 정치적 이념이 다른 신문사간의 불공정 보도는 특정 후보의 인물보도 사진도 포함될 것이라는 판단이었다.

정치후보나 정당에 대한 언론의 불공정 보도는 공정한 정치질서와 민주주의 선거를 위해 해결해야 할 당면과제이다. 그럼에도 불구하고 대선 정치후보자의 인물에 대한 체계적인 연구는 매우 미미하다. 따라서 본 연구는 우리나라의 대표적인 일간신문을 통해 보도된 2007년 제17대 대통령선거 후보의 인물보도 사진을 중심으로 각 대선 후보에 대한 편향적 보도특성과 문제점을 파악하고 이를 줄일 수 있는 효과적인 방법을 모색해 보고자 한다.

1) 언론매체를 이용한 선거운동이 지지후보 결정에 미친 영향을 묻는 항목에서 투표참여 유권자의 61.2%가 영향을 받았다고 응답하고 있듯이 미디어는 우리의 선거과정에 깊숙이 관여하고 있다(중앙선거관리위원회 유권자 의식보고서, 2006. 5. 31).

2) 『조선일보』와 한국갤럽의 합동 여론조사에 의하면, 이명박 후보는 유권자의 45.4%의 지지를 얻어 차기 대통령이 확실시 된 것으로 나타났다(『조선일보』, 2007. 12. 13).

2. 이론적 배경

1) 인물 보도사진의 역할

신문 보도사진의 가장 큰 가치 중의 하나는 사실에 대한 기록성이다. 신문사진은 현실적으로 존재하는 사실을 전달하기 때문에 매우 공정하고 객관적인 커뮤니케이션 형태로 정보를 전달하는 매체로 알려져 있다. 독자들은 카메라의 기계적인 특성이 주는 리얼리티(reality) 또는 리얼리즘(realism) 그 자체로 실제로 존재하는 사실만을 전달하기 때문에 사진이 대상을 객관적으로 기록한다고 믿는다(정경희, 2003). 따라서 시각적 요소를 제공해주는 뉴스사진은 사실성, 신용성, 그리고 이미지의 특성까지 전달하는 중요한 기능을 한다(Moriarty and Popovich, 1991).³⁾

3) 대체로 신문에서 사진은 기사의 이해를 돕기 위해서 기사 속의 내용을 사진으로 상징화한 이미지로 전달하는 역할을 해왔다. 그러나 현재의 신문사진은 기사의 보조물로서 기능하는 경우도 있지만, 사진자체로서 독립된 기사의 역할을 하는 경향을 추구하고 있어 사진과 그에 대한 간단한 캡션만으로도 기사보다 더 충실한 정보 전달수단이 되고 있다(남경아, 2004). 이와 더불어 박상수(2000)는 사진의 시각적 이미지의 특성과 효과를 다음과 같이 요약했다. 첫째, 수많은 문자로 된 정보보다 한 장의 사진으로 구성된 메시지가 우리가 인지하고 머릿속에 저장하는데 용이하다. 둘째, 시각이미지는 문자로서는 표현하기 힘든 구체적인 현상을 제시할 수 있다. 셋째, 시각이미지는 전달해 주는 현장성에 대하여 수용자들은 흥미를 가지고 주목한다. 넷째, 수용자들은 시각이미지가 제공하는 정보를 사실이라고 믿으며 신뢰한다. 다섯째, 시각이미지는 문제 정보에 비해 더 설득력을 갖는다. 이 처럼 신문의 보도사진에 대한 특성은 단순한 장식 그 이상으로 사실성을 바탕으로 현실과 믿음, 신뢰, 그리고 태도를 전달하는 중요한 커뮤니케이션 역할을 수행한다.

신문사진의 절반이상이 인물사진이다(박선홍 외, 2001). 따라서 다양한 인물사진들 가운데 정치후보자의 인물사진은 중요한 역할을 한다. 박스터와 그의 동료들(Boxter, Quarles & Kosak, 1992)은 선거기사에 사진을 함께 게재한 경우 유권자의 관심을 집중시키며, 유권자의 의제설정을 도울 뿐만 아니라, 그 기사를 기억하는데 도움이 된다고 주장했다. 또한 인물 보도사진은 유권자들로 하여금 신문에 쓰인 정치후보자와 관련된 기사를 계속 읽어 나갈 수 있는 흥미를 유발하여 어려운 정치 기사를 쉽게 이해하도록 하기 때문에 중요하다는 것이다. 도리스 그라버 (Graber, 1988)는 언론매체에서 뉴스사진은 글로 쓰인 기사가 사람들의 머릿속에서 잊힌 오랜 후까지도 중요한 정보를 담아두고, 진행하기도 하며 그리고 기억하게 만든다고 주장했다. 밀러(Miller, 1975)도 인물사진은 독자들의 눈을 사로잡는 첫 번째 요소 중의 하나일 뿐만 아니라, 그 사진에 딸린 기사는 읽지 않는 유권자들의 눈을 사로잡는 중요한 요소라고 지적했다.

정치후보의 인물사진은 유권자들을 위한 높은 집중력을 이끌어 낼 수 있는 중요한 요소로 간주되어왔다 (Woodburn, 1947). 특히 인물사진에 나타난 정치후보자의 얼굴표정과 자세, 손과 팔 등은 유권자들에게 중요한 비언어적인 정보를 제공하기도 한다(James, 1932). 얼굴표정이나 카메라의 각도를 포함한 다양한 사진의 특성에서의 교

묘한 조작은 후보자의 평가에 영향을 미치는 것으로 나타났다(Hofstetter, 1976). 즉 환하게 웃거나 자신감에 차있는 후보자의 인물사진은 찡그리거나 불안하거나 걱정에 차있는 후보자의 얼굴보다 유권자들에게 더 좋은 호감을 갖게 만든다는 것이다. 또한 로젠버그와 그의 동료들 (Rosenberg, Kahn & Tran, 1991)은 여성정치후보자의 사진에 나타난 얼굴 모양을 조작해서 까다로운 유권자들에게 영향을 줄 수 있다는 사실을 알아냈다. 맥휴고와 그의 동료들 (Mchugo, Lanzetta, Sullivan, Master & Englis, 1985)은 필름을 사용하여 세 가지의 감정 (만족, 화, 그리고 공포)이 나타난 레이건의 이미지를 사용한 연구에서 정치후보자의 얼굴의 이미지는 유권자들에게 영향을 줄 수도 있다는 사실을 발견했다.⁴⁾ 따라서 유권자들을 향한 어느 특정한 후보자의 노출에 대한 세부적인 차이는 다른 후보자들과 비교할 때 매우 유리한 장점이 될 수도 있다 (Waldman and Devitt, 1998).

인물보도 사진에 대한 사실성과 객관성에 대한 중요한 특성에도 불구하고, 사진이 가지고 있는 가장 큰 문제점은 사진기자나 편집자에 의한 조작⁵⁾과 합성이다. 보도사

진의 조작은 이미 촬영 단계에서부터 시작된다. 똑같은 상황을 보여주는 사진이라고 하더라도 기자의 촬영 의도나 프레임링 등에 따라 본래의 의미와는 다르게 의도적으로 왜곡될 수 있다(김옥조, 2001). 해리슨은 중재코드가 송신자와 수신자 사이에 삽입되어 미디어 효과에 영향을 주는 기능을 하는데, 카메라 앵글의 경우 메시지를 돋보이게 혹은 그렇지 않게 할 수 있다는 것이다 (최윤희, 1999). 따라서 인물사진을 찍는 사진기자에서부터 편집자까지 하나의 사실에 여러 중재코드로 인해 사진이 왜곡될 소지가 많다.

김옥조(2001)는 사진기자의 카메라와 피사체의 거리·위치·각도에 따라 사진이 달라질 수도 있다고 지적했다. 즉 사진을 찍는 기자의 촬영 의도나 방향, 그리고 위치에 따라 전혀 다른 이미지의 사진이 나온다는 것이다. 예를 들면, 시위대 쪽에서 찍느냐 진압경찰 쪽에서 찍느냐에 따라 과격시위 또는 과잉진압의 분위기가 강조 될 수가 있다는 것이다. 박경모(1994)도 보도사진의 진실에 대한 문제는 사진 자체와는 관계가 없고 사진 밖의 요소들, 즉 사진기자의 촬영 의도와 편집자의 사용의도에 관계되는 문제라고 주장했다.

4) 다시 말해서 레이건이라는 인물에 대해 좋지 않은 감정을 가진 유권자들은 사진에 나타난 레이건의 각각 다른 얼굴표정-예를 들면 사진 속의 레이건이 행복하게 웃는 모습을 본 유권자들은 자신들도 행복한 느낌을 받았다-과 각각 다른 각도에서 찍힌 사진들에 의해서 큰 폭은 아닐지라도 유권자들의 레이건에 대한 감정이 차이가 있다는 것이다.

5) 윤리적으로 논란의 소지가 있을 수 있는 사진 연출법들:

①프레밍(framing), ②특수렌즈(필터)의 사용, ③ 크로핑(cropping), ④포토 몽타주(photo montage: 오려붙이기), ⑤필름 인화지 다중 노출, ⑥특정 부분의 첩가 삭제, ⑦컴퓨터에 의한 변형, ⑧사진의 출처(credit), 설명(caption)의 부정확 등 (오병권, 2000).

이와 더불어 신문의 보도사진은 디지털 사진의 합성을 통해 사진의 의미를 쉽게 바꿀 수가 있다.⁶⁾ 김옥조(2001)는 사진을 조작하는 합성의 유형으로, 위치이동, 화면내용의 가감, 새로운 이미지의 창출, 커리커처식의 합성, 색깔조작, 그리고 포토 일러스트레이션 등이라고 지적했다.

특히 언론지면에 실린 후보자의 인물사진은 후보자 자신뿐만 아니라 유권자들에게도 중요하다. 뉴스 보도사진은 중요한 정보를 전달하며 사람들의 태도를 형성화시키는 중요한 요소이다(Blackwood, 1983). 이런 의미에서 대선후보의 인물사진은 공정성요소와 밀접한 관계가 있다. 다시 말해서 언론사의 편집자들이 사진의 크기를 단순히 늘리는 것으로 짧은 기간에 걸쳐 특이슈와 관련해 특정 후보에 대한 유권자들의 관심과 중요도를 높일 수 있는 강력한 힘을 가지고 있기 때문이다(Wanta, 1988).⁷⁾

6) 보도사진의 사실성을 강조하고 있는 언론은 사진의 인위적 조작을 엄격히 금지하고 있다. 신문윤리실천요강 제10조 제7항(사진조작의 금지)은 “편집자는 보도사진의 실제적 내용을 삭제, 첨가, 변형 등 조작해서는 안 된다. 다만 편집의 기술적 편의를 위해 부득이한 경우 최소한의 조작기법을 사용할 수 있되 그 사실을 알려야 한다.”고 명시하고 있다.

7) 웬타(Wanta, 1988)는 신문에서 보도사진이 크게 실릴수록 독자들은 보도사진과 관련된 특정 이슈를 매우 중요하게 생각한다는 연구결과를 의제설정(Agenda-setting) 이론을 이용하여 규명하였다. 웬타는 텍사스대학교 재학생 66명을 대상으로 한 실험연구를 통하여 신문지면에서 보도사진의 역할은 첫째, 기사만 있는 단순하고 무요한 지면에서의 큰 보도사진은 독자들의 눈을 즐겁게 해 주는 역할을 하고, 둘째, 큰 보도사진은 신문에서 큰 지면을 차지하여 독자들의 큰 관심을 불러일으키며, 셋째, 신문이 특정이슈에 관한 큰 보도사진은 실을 경우, 독자들은 사진의 크기에 따라 평소 중요하게 생각해 왔

따라서 후보자에 관한 보도기사와 인물사진의 행태에 관한 언론사의 정책이나 언론사 소유주의 입김에 따라 후보자 인물사진이 언론지면에서 어떠한 방식으로 보도되느냐에 따라 선거권을 행사하는 유권자들에게 큰 영향을 미치기도 한다.

2) 선거에 대한 공정 보도

언론이 선거를 보도함에 있어 반드시 준수해야 할 기준으로 공정성과 객관성이 강조된다. 이민웅(1996)은 공정한 선거보도란 정확한 보도, 질적·양적으로 균형 잡힌 보도, 적절한 정보가 누락되지 않는 정보, 단편적이 아닌 종합적인 보도, 다양한 정보와 견해가 반영된 보도, 그리고 편들지 않는 불편부당한 보도의 기본적인 요건을 충족해야 한다고 주장했다. 김영옥(2002)은 선거보도의 기본원칙으로 객관적이고 균형 있는 보도, 시민·유권자의 판단을 돕는 보도, 그리고 정치에 희망을 주는 선거보도라고 지적했다. 다시 말해 객관적이고 균형 있는 선거보도는 유권자가 선거와 관련된 내용을 이해하기 쉽고, 선거에 관심을 갖게 함과 동시에 후보자별·정당별·지역별 차이를 보도하여 유권자의 정치적 판단을 돕는 보도를 의미한다.

그럼에도 불구하고 과거 우리나라 대선

던 문제보다 특정 보도사진과 관련된 이슈를 더 중요하게 여기는 경향이 있는 것으로 결론지었다.

기간동안 언론의 불공정보도는 여전한 것으로 나타났다. 2007년 『미디어오늘』이 전국의 신문·방송기자 340명을 대상으로 국내 언론의 대선 보도 공정성에 관한 설문조사에서 응답자의 68.6%가 편파적이라고 응답했다. 가장 편파적인 보도를 한 매체별로는 66.6%가 메이저 신문이라고 대답한 반면, 비 메이저신문은 3.4%라고 답변해 메이저신문이 압도적인 불공정 보도를 한 것으로 나타났다.⁸⁾ 또한 지난 제15대 대선기간 중, 한국기자협회가 언론인들을 대상으로 실시한 여론조사에서 대부분의 기자들은 방송 3사가 거의 여당후보를 지지하고 있으며, 10개 중앙지 가운데 2개 신문만이 야당후보를 지지하고 있는 것으로 본다고 응답했다.

선거에 대한 편파성 보도는 신문의 경우 양적과 질적으로 나타난다(백선거, 1997). 양적으로는 기사의 ‘위치선정’, ‘표제’, ‘부제의 크기’, ‘할당지면의 크기’ 그리고 ‘사진첨부’의 불균형으로 나타나며, 질적으로는 기사들 내용에 잠재되어 있는 선호도의 차이에 의해서 나타나기도 한다(백선거, 1997). 또한 불공정·편파보도는 여당 편들기, 여당 후보 줄서기로 규정되며, 피상적 보도는 경마식 보도, 선정주의, 가십 위주, 이벤트 위주, 의제 설정부재 등의 문제이다(권혁남,

1997). 최근에는 방송과 인터넷 보도의 중요성이 높아짐에 따라 사진과 영상을 통한 후보들의 이미지에 대한 편파적 왜곡과 조작이 문제시되고 있다. 후보의 이미지를 통한 왜곡보도는 기술적으로 교묘하고 특정 후보에게 유리하도록 전략적 의도가 담긴 형태로 보도되기 때문에 편파성이 쉽게 드러나지 않는 경향이 있기도 하다.

선거보도에 관한 언론의 편파와 왜곡보도가 사회문제로 지적되자 1997년 한국기자협회, 선거감시연대회의, MBC 그리고 KBS 등은 대통령 선거 보도기준을 설정하였다.⁹⁾ 그럼에도 불구하고 특정후보에 대한 언론의 편파보도는 계속 되었으며, 이러한 왜곡보도는 주로 여당 편향성을 둘러싼 것들이었다(권혁남, 2002a). 따라서 편파보도의 시비는 소위 『조선일보』, 『중앙일보』, 『동아일보』이라는 친 한나라당 편향보도와, 진보신문인 『한겨레신문』, 『경향신문』, 『대한매일』등의 친 야당 편향성이라는 양극화 현상으로 바뀌었다(권혁남, 2002a).

공정한 보도가 언론의 기본사명임에도 불구하고, 객관적 보도에 영향을 미치는 요인들은 다양하다.¹⁰⁾ 우리나라 언론의 불공

8) 『미디어오늘』(2007. 6. 16)에 의하면 가장 편파적인 매체는 메이저 신문(66.6%), 지상파 방송(18.0%), 인터넷 매체(5.4%), 비 메이저신문(3.4%), 대형포털(1.8%) 그리고 위성방송(0.8%)순으로 나타났다.

9) ‘신문 사진기사 및 방송은 정당 후보자 관련 사진 및 화면에 있어 얼굴의 크기, 촬영 각도, 음향의 크기와 선명도에서 대등하게 편집해야 한다.’(언론중재, 대통령 선거 보도 기준, 1997년 가을).

10) 뉴스제작 과정에서 공정성에 영향을 주는 요인으로 언론인 개인차원(Gans, 1979; Shoemaker & Reese, 1996), 미디어 조직차원(Shoemaker & Reese, 1996) 그리고 미디어 조직 외부의 요인(Shoemaker & Reese, 1996; Tuchman, 1978)들이다.

정보도에 대한 근본적인 원인은 메이저 신문의 경우, 신문사주 1인 지배체제 또는 가족중심의 신문사 통제에 따른 소유구조에 기인한 면이 크다. 특히 신문시장의 70% 가까운 점유율을 보이는 조·중·동의 경우 사주의 영향력은 소유 경영 뿐 아니라 편집에도 거의 절대적이다(『오마이뉴스』, 2002). 기자나 편집자들이 아무리 공정보도를 추구한다 하더라도 신문사 정책집행에 막강한 권한을 행사하는 소유주의 영향력을 벗어나기는 어렵다. 실제로 최근 기자들을 대상으로 한 공정 선거보도를 위해 가장 필요한 요소는 사주와 경영진의 중립성(40.2%)이라고 응답하였다(『미디어오늘』, 2007).

현대정치는 언론을 통한 대의정치이다. 후보자와 직접 접촉할 기회가 없는 유권자들은 언론을 중요한 정치정보 전달자와 영향원으로 의존한다. 또한 언론은 정당 조직 내의 비공식적인 커뮤니케이션 통로를 대신하는 대행자뿐만 아니라 뉴스보도, 여론조사, 텔레비전 토론 등을 통하여 유권자들로 하여금 후보자를 결정하는 과정에도 영향력을 행사한다. 따라서 선거에 대한 언론의 공정성과 객관성보도는 매우 중요하다.

선거에 대한 언론의 불공정 보도, 전략적 보도 그리고 편파보도는 유권자들로 하여금 정치적 현실에 대해 부정적 견해를 갖도록 유도하는 결과를 낳고, 나아가 정치적 냉소주의나 정치적 불신으로 이어질 수 있다. 본 논문은 최근 실시된 대통령선거 보도에

대한 언론의 객관적 보도경향을 살펴보기 위해, 국내 대표적인 일간지를 대상으로 주요 대선후보들의 인물사진에 대한 공정한 보도성향을 분석했다.

3. 연구문제 및 연구방법

1) 연구문제

본 연구는 우리나라 대표적 일간지를 통해 보도된 2007년 대통령후보 인물사진에 대한 신문사별 특징과 차이점을 알아보기 위해 내용분석을 실시하였다. 먼저 신문사의 성향에 따라 대선후보자에 대한 공정 보도행태를 살펴보기 위해 기초적으로 양적 보도인 보도량을 비교분석하였다. 이를 위하여 다음과 같이 연구문제 1을 설정하였다.

연구문제 1: 대선후보의 인물 보도사진의 보도 량에 대한 신문사별 차이가 있는가?

신문지면에서 사진의 크기는 중요하다. 사진이 크면 클수록 이미지의 호소력이 커지기 때문이다(김선희 외, 2001). 인물사진이 크게 보도된 후보는 보다 많은 유권자의 시선을 집중시켜 우호적인 이미지를 전달할 수 있기 때문이다. 따라서 신문사의 인물 사진은 크기에 따라 대선후보에 대한 편향성을 가늠할 수 있는 척도로 작용할 수 있

다. 따라서 다음과 같이 연구문제 2를 설정하였다.

연구문제 2: 대선후보의 인물 보도사진의 크기에 대한 신문사별 차이가 있는가?

대선후보에 대한 신문지면의 할애방식인 양적 보도량은 객관적인 자료로서 후보별 차이를 쉽게 파악할 수 있다. 그러나 영상매체인 사진의 경우, 보도사진의 특성상 주관성과 객관성을 동시에 내포하고 있으므로 양적분석만으로는 후보별 공정성 보도에 대한 왜곡의 정도를 쉽게 파악할 수 없다. 왜냐하면 사진은 단순히 특정상황의 한 장면이라 할지라도 주제와 관련된 이미지 구성에 대한 사진기자의 의도에 따라 다양한 의미를 만들어낼 수 있는 영상매개체이기 때문이다. 사진에 의한 후보의 이미지 왜곡 보도는 특정후보에게 유리하거나 불리하도록 기술적으로 교묘하고 전략적 의도가 담긴 형태로 보도되기 때문에 편파성이 쉽게 드러나지 않는 경향이 있다. 따라서 대선후보 인물사진에 대한 보다 다양하고 세부적인 유목을 이용하여 후보 간 이미지의 차이를 분석하기 위해 다음과 같이 연구문제 3을 설정하였다.

연구문제 3: 대선후보의 인물 보도사진에 분석틀¹¹⁾에 대한 신문사별 차이가 있는가?

11) 분석틀에 대한 자세한 내용은 <부록> '보도사진의 이미

대선운동이 시작되고 투표일이 다가올수록 각 언론사는 의도적으로 정당, 정부의 정책발표 또는 특정사안을 부각시켜 특정후보에 대하여 편파적인 보도를 한다. 이러한 사례는 후보자의 정책 등을 보도할 때, 지면할애, 영상구성, 기사, 방송보도의 순서 등 편집, 편성기술 등을 사용하여 특정후보에게 유리하거나 불리한 보도로 나타난다.¹²⁾ 따라서 본격적인 선거기간 전·후의 기간 동안 언론사가 공정성에 입각한 후보들의 균등성, 형평성에 대한 보도를 파악해보고자 다음과 같이 연구문제 4를 설정하였다.

연구문제 4: 대선후보의 인물 보도사진의 이미지가 공식선거운동 기간 전·후에 따라 신문사별 차이가 있는가?

마지막으로, 신문사진과 사진 설명글은 상호보완적 관계에 있다. 즉 신문의 사진은 특성상 그 자체만으로 모든 의미를 정확하게 전달할 수 없다. 따라서 사진의 내용을 보다 구체적으로 알려주는 사진설명글이

지 분석틀'을 참고할 것.

12) 선거보도 감시연대는 대통령 선거보도에 대하여 다음과 같이 보고기준을 제시하였다. ①'특정정당, 후보자에게 의도적으로 유, 불리한 내용을 보도하지 않는다' 감시한다. ②후보자 정책 등을 다룰 때 공정성에 입각한 균형성, 형평성을 보장하고 있는가, ③지면할애, 방송시간 배분, 영상구성, 기사, 방송보도 순서 등 편집, 편성기술 등을 사용하여 특정후보에게 유리하거나 불리하게 하고 있는가, ④기사의 주장과 멘트는 중립성을 지키고 편파적이지 아니한가, ⑤정당, 정부의 정책발표 또는 특정사안을 부각시켜 특정후보를 위한 편파보도를 하지 않는가를 감시한다(2002년 선거보도감시연대).

필요하다. 신문의 보도사진은 완전한 정보를 제공하기 어렵기 때문에 사진 못지않게 설명글이 중요한데, 때로 사진설명에 의해 사진의 내용이 왜곡되기도 한다.¹³⁾ 각 대선 후보의 사진 설명글 구성에 대한 언론사별 차이를 살펴보기 위해 다음과 같이 연구문제 5를 설정하였다.

연구문제 5: 대선후보의 인물 보도사진 설명글 처리방식에 대한 신문사별 차이가 있는가?

2) 연구방법

(1) 분석대상과 기간

본 연구는 2007년 12월에 실시된 제17대 대통령 선거기간동안 대선후보자 인물사진을 바탕으로 대선후보들에 대한 신문사별 공정 보도에 대한 특성과 차이를 알아보기 위한 것이다. 이를 위하여 우리나라 대표적인 일간신문인 『조선일보』, 『중앙일보』, 『경향신문』 그리고 『한겨레신문』을 대상으로 내용분석을 실시하였다. 위의 신문을 선택한 이유는 이들 신문이 우리나라에서 지명도가 높을 뿐만 아니라, 『조선일보』와 『중앙일보』의 경우 정치적으로 보수적인 논지

13) 김녕만(1995)은 똑 같은 신문사진이라도 신문사에 따라 긍정적인 설명글과 부정적인 설명글을 다는 사례를 들면서 설명글에 따라 사진의 내용은 얼마든지 왜곡될 수 있는 사례를 들고 있다(54쪽).

를 지향하고 있으며, 『경향신문』과 『한겨레신문』은 진보적인 신문으로 분류되고 있기 때문이다.¹⁴⁾

분석기간은 대선 후보들의 공식적인 대통령 선거운동이 시작된 2007년 11월27일부터 투표일 하루 전인 12월18일까지로 하였으며, 분석대상 신문을 통해 보도된 정당별 상위 득표¹⁵⁾를 획득한 주요 대선후보로 이명박(한나라당), 정동영(통합민주당), 이회창(무소속), 문국현(창조한국당), 그리고 권영길(민주노동당)후보의 인물보도사진¹⁶⁾으로 한정하였다. 분석된 인물사진은 『조선일보』80건, 『중앙일보』58건, 『경향신문』73건, 그리고 『한겨레신문』60건 등 총 271건이었다.

(2) 분석방법

후보사진과 관련된 내용을 구체적으로 살펴보기 위해 보도사진의 비율, 보도사진

14) 정연정·김위근(2004)의 연구조사에 따르면, 국내 10개 대표적 일간지에 실린 칼럼의 논조에 대한 분석을 통해 신문의 정치적 이념 지향성을 측정한 결과 『조선일보』와 『중앙일보』가 가장 보수적 일간지로, 『한겨레신문』과 『경향신문』이 가장 진보적 신문으로 나타났으며, 『한국일보』와 『세계일보』가 정치적인 면에서 비교적 중립적인 이념 지향성을 보인 것으로 조사되었다.

15) 대선후보에 대한 상위 득표비율은 공식 선거운동 시작 하루 전인 2007년 11월26일을 기준으로 선정하였다. 주요 대선후보들의 득표비율을 살펴보면, 1위: 이명박(39.3%); 2위 이회창(16.9%); 3위: 정동영(13.5%); 4위: 문국현(6.6%); 5위: 권영길(3.6%)로 나타났다. (출처: <http://ko.wikipedia.org/wiki/2007>)

16) 광고 포스터, UCC 동영상물, 커리커처, 후보자 전체사진 등을 제외한 후보자 개인인물 보도사진만을 분석대상으로 하였다.

의 크기, 분석틀에 대한 유목,¹⁷⁾ 그리고 사진 설명글을 세부적으로 나누어 살펴보았다. 분석틀에 대한 분석유목을 행동, 자세, 팔, 시선, 표정 등 12개 항목으로 세분하여 조사하였으며,¹⁸⁾ 다시 이들 각 항목은 긍정(3점), 중립(2점), 그리고 부정(1점)으로 분류하여 조사하였다. 이와 더불어 각 신문사별 대선 후보자들의 사례 수에 대한 기술통계

를 사용한 후 각 신문에 따라 후보자별 차이의 유의도를 검증하기 위하여 ‘빈도분석’과 ‘교차분석’ 그리고 대선운동 시작 전후의 차이를 비교하기 위하여 ‘독립표본 T-검증’을 실시하였다. 코더간의 신뢰도 계수는 0.89로 나타났다.¹⁹⁾

4. 연구결과

1) 대선후보 보도사진의 비율

대선후보자에 대한 일간지별 보도사진 빈도수는 신문사별로 차이가 있는 것으로 나타났다. 신문사별로 보도사진의 비율을 살펴보면, 전체 보도건수인 271건 중, 『조선일보』가 80건(29.5%)로 가장 많았으며, 이어서 『경향신문』이 73건(26.9%), 『한겨레신문』 60건(22.1%), 그리고 『중앙일보』 58건(21.4%) 순으로 나타났다.

19) 본 연구를 위해 대학원생 2명이 전체유목을 분석하였으며, 신뢰도 측정은 홀스티(Holsti)의 공식을 사용하였다. 분석유목인 보도사진의 크기와 분석틀의 유목에 대한 측정값들은 비교적 높은 신뢰도 수치로 나타나 코더 간에 어려움은 없었지만, 사진설명과 사진요약 유목에서는 유목의 특성상 코더의 주관적 판단이 개입될 수 있었기 때문에 코더 간에 이견차이로 다소 어려움이 있었다. 따라서 코더간의 의견이 일치되지 않았던 항목은 코딩시 합의를 통해 확인하는 합의과정을 거쳐 다시 코딩하였다. 전체 분석대상 자료 가운데 약 30%인 100건의 자료를 무작위로 추출하여 두 명의 코더가 재코딩을 실시한 후, 이를 바탕으로 연구자간의 각 유목별 신뢰도 값을 구한 결과는 다음과 같다. 행동(0.90), 자세(0.92), 팔의 위치(0.93), 손(0.95), 시선(0.92), 표정(0.80), 청중반응(0.83), 의상(0.91), 장소(0.92), 인물사진(0.72), 흑백 / 컬러 위치(0.97), 위치(0.94).

17) Moriarty, S. E. & Garramone, G. M. (1986), 731쪽과 Moriarty, S. E. & Popovich, M. N. (1991), 375쪽을 참조·수정하여 사용하였음.

18) 후보자 이미지를 분석하기 위한 사진 분석틀은 모리아티와 개립원(Moriarty & Garramone, 1986)의 연구와 모리아티와 파포비치(Moriarty & Popovich, 1991), Waldman & Devitt, 1996) 그리고 정경희(2003)연구를 참조·수정하여 사용하였다. 예를 들면, 인물사진은 신체적 활동과 자세, 얼굴표정 등 행동의 여러 단면들을 정지된 화면 속에 한 순간을 포착하여 옮겨 놓은 것이며, 이런 사진은 후보자들에 대한 정보를 제공한다. 후보자의 손과 팔의 경우, 제자리에 두는 경우는 수동적이고, 움직이고 있는 모습에서는 능동적으로 유권자들에게 호의적으로 평가되기 쉽다. 자세에 있어서도 머리를 숙이고 있는 자세는 패배나 낙담 또는 우울한 감정을 표현하는 의미로 전달된다(행동). 얼굴표정의 경우, 활기차고 자신감 있는, 확신에 찬 얼굴이 정그러거나 근심스러워 보이는 얼굴보다 더 호의적으로 평가되기 쉽다. 얼굴표정의 이러한 비언어적 신호는 후보자들의 적극적이고 활발함을 보여주는 좋은 척도이다(표정). 후보자들의 의상의 경우, 평상복과는 반대로 유니폼(관복)은 그 사람의 역할을 나타내 주는 것으로, 정장차림이 평상복 차림보다 후보자의 역할에 대한 인식이 있어 더 높은 중요성을 보여주는데, 대선 후보자의 경우 대통령이라는 이미지를 연상함에 따라 정장차림은 더 호의적인 이미지를 나타내는 단서가 될 수 있다(의상). 청중들과의 반응에 있어서도 대선후보자가 여러 사람들과 같이 있느냐, 혹은 혼자 있느냐에 따라 후보자를 평가하는데 또 하나의 문맥을 구성한다고 볼 수 있는데, 활기찬 청중들의 모습이 담긴 후보자의 사진은 후보자를 주목하지 않고 있는 청중들의 모습보다 더 호의적으로 작용한다(청중반응). 신문지 면에서 인물사진의 위치는 특정 신문지면에서 위(top)에 있는 큰 사진은 지면 아래(below)에 있는 작은 사진보다 더욱 인물의 중요성을 나타낸다(위치). 기타 유목에 대한 설명은 부록의 <보도사진의 이미지 분석틀>을 참고 할 것.

대선후보별 보도비율 면에서도 차이가 큰 것으로 조사되었다. 전체 조사대상 신문 지면을 통해 가장 높은 빈도수로 보도된 대선후보는 이명박 후보로서, 전체 보도건수인 271건 중 78건(28.8%)로 이었으며, 이어서 이회창 후보가 70건(25.8%), 정동영 후보 68건(25.1%), 문국현 후보 29건(10.7%), 권영길 후보 26건(9.6%)으로 나타났다. 특히 이번 대선에서 유력한 대선후보인 한나라당의 이명박, 통합민주당의 정동영, 무소속의 이회창 등 세 후보가 차지한 비율은 전체 271건 중 216건으로 (79.9%)를 차지한 것으로 나타나, 거대정당 후보와 유명 정치인에 대한 언론사의 보도는 빈도비율 면에서 매우 유리하게 보도 된 것으로 조사되었다. 이와는 대조적으로 군소정당 출신인 창조한국당의 문국현과 민주노동당의 권영길 후보는 상대적으로 매우 낮은 보도 비율로 나타났다. 특히 보도사진의 비율이 가장 낮은 권영길 후보(9.6%)는 이명박 후보(28.8%)와 비교할 때, 무려 세 배 이상의 차이로 나타나 민주노동당 후보는 상대적으로

로 불리하게 보도 된 것으로 나타났다.

이와 더불어 신문에 따른 후보별 보도 비율에도 차이가 있는 것으로 조사되었다. 『조선일보』와 『경향신문』의 경우 대체로 비슷한 특성을 보였으며, 『중앙일보』와 『한겨레신문』이 비슷한 경향이 있는 것으로 나타났다. 가장 유력한 대선후보인 이명박 후보와 권영길 후보의 인물사진 보도비율을 비교해볼 때, 전자인 『조선일보』의 경우 이명박 후보(26.2%)가 권영길 후보(13.7%)에 비해 약 두 배 정도 높은 비율로 보도된 것으로 조사되었다. 그러나 후자인 『중앙일보』의 경우, 이명박 후보(31.0%)가 권영길 후보(1.8%)보다 18배의 차이로 높게 나타났으며, 이명박 후보(31.0%)와 문국현 후보(3.4%)와도 9배의 차이로 유리하게 보도된 것으로 나타났다. 『한겨레신문』도 『중앙일보』와 비슷하여 이명박 후보(30.0%)와 권영길 후보(4.7%)간의 보도 빈도차이가 약 5배, 그리고 이명박 후보(30.0%)와 문국현 후보(11.7%)와 도 약 3배 정도차이가 나타난 것으로 조사되었다.

<표 1> 사진보도 빈도수

단위: 건수(%)

후보자 ▶ 신문유형 ▼	이명박	정동영	이회창	문국현	권영길	합계
조선일보	21 (26.3)	19 (23.8)	19 (23.8)	10 (12.5)	11 (13.7)	80 (100.0)
중앙일보	18 (31.0)	18 (31.0)	19 (32.8)	2 (3.4)	1 (1.8)	58 (100.0)
경향신문	21 (28.8)	15 (20.5)	17 (23.3)	10 (13.7)	10 (13.7)	73 (100.0)

한겨레신문	18 (30.0)	16 (26.7)	15 (25.0)	7 (11.7)	4 (4.7)	60 (100.0)
합계	78 (28.8)	68 (25.1)	70 (25.8)	29 (10.7)	26 (9.6)	271 (100.0)

주: $\chi^2 = 13.451$, $df = 4$, $p < .05$

2) 보도사진의 크기

인물 보도사진의 크기는 대선 후보자가 신문에서 차지하는 중요성을 나타내는 척도이다. 독자들은 사진의 크기가 클수록 후보자와 관련된 정치적 사건의 중요도를 더 중요하게 인식하는 경향이 있다(남경아, 2004). 이에 따라 분석대상 일간신문에 게재되는 대선후보자 사진의 면적을 측정하여 비교하였다.

조사결과, 각 대선후보별 사진의 크기는 차이가 있는 것으로 나타났다. 먼저 대선후보들에 대한 신문사별 인물사진에 대한 전체적인 평균의 합을 살펴보면, 『경향신문』이 430.84cm²로 전체후보에 대한 사진크기가 가장 큰 것으로 나타났으며, 이어서 『한겨레신문』(392.38cm²), 『조선일보』(337.44cm²), 그리고 『중앙일보』(329.65cm²)로 나타났다 <표 2 참조>.

또한 각 후보별 인물 보도사진의 전체적인 크기를 살펴보면, 이명박과 정동영 두 후보가 각각 368.7cm²과 368.64cm²로 서로 비슷한 크기로 나타났으며, 이어서 이회창 후보(320.89cm²), 문국현 후보(229.73cm²), 권영길 후보(207.35cm²)순으로 조사되었다. 특히 사진의 크기 면에서 이명박 후보와 권영길 후

보 간의 차이는 약 2배로 이명박 후보의 사진이 크게 보도된 것으로 나타나, 한나라당 후보는 매우 유리하게 보도된 반면, 군소정당 후보는 매우 불리하게 보도된 것으로 조사되었다.

신문사별 특징을 살펴보면, 『조선일보』의 경우 통합 민주당 정동영 후보(30.0%)의 사진의 크기가 한나라당의 이명박 후보(26.5%) 사진보다 다소 크게 보도된 것으로 나타났다. 『중앙일보』의 경우 한나라당의 이명박, 통합 민주당 정동영, 그리고 무소속의 이회창 후보 모두 비슷한 크기로 보도되었으며, 창조한국당과 민주노동당의 두 후보에 대한 사진의 크기는 매우 비슷하게 보도되었다. 『경향신문』은 이명박 후보(24.9%)의 사진크기를 가장 크게 보도 하였으며, 이어서 문국현(15.9%), 정동영(21.3%), 이회창(19.0%) 그리고 권영길(19.0%) 후보 순이었다. 마지막으로 『한겨레신문』은 다른 신문과는 달리 문국현 후보(22.4%)의 사진이 가장 크게 보도되었으며, 이어서 정동영(22.9%), 이명박(22.3%), 이회창(20.3%) 순으로 조사되어 조사대상 신문 중 유일하게 신생군소정당 후보의 인물사진을 가장 크게 보도한 것으로 나타났다.

<표 2> 인물사진의 평균크기

단위: (㎝)

후보 ▶ 신문 ▼	이명박	정동영	이회창	문국현	권영길	합계
조선일보	89.46 (24.3)	101.26 (27.8)	78.65 (24.5)	30.37 (13.2)	37.70 (18.2)	337.44 (22.6)
중앙일보	84.87 (23.0)	81.12 (22.3)	82.10 (25.6)	40.85 (17.8)	40.71 (19.6)	329.65 (22.1)
경향신문	107.14 (29.1)	91.69 (25.2)	81.76 (25.5)	68.37 (29.8)	81.88 (39.5)	430.84 (28.9)
한겨레신문	87.23 (23.7)	89.57 (24.6)	78.38 (24.4)	90.14 (39.2)	47.06 (22.7)	392.38 (26.3)
합계	368.70 (24.7)	363.64 (24.4)	320.89 (21.5)	229.73 (15.4)	207.35 (13.9)	1490.31 (100.0)

3) 보도사진 분석틀에 대한 후보의 이미지 평균 차이

『조선일보』의 경우 대선후보 가운데 한나라당의 이명박 후보 인물사진에 대한 이미지가 가장 긍정적으로 보도된 것으로 나타났다 <부록: 분석유목 참조>. 이명박 후보는 전체 12개 항목 중 모든 항목에서 전체평균 이상의 긍정적 수치로 묘사되었으며, 특히 손, 시선, 표정 그리고 청중의 반응 요소는 매우 높은 긍정적 수치로 나타났다. 예를 들면, 이 후보는 행동차원²⁰⁾의 손은 제스처를 취하고 있으며(손; 2.95),²¹⁾ 후보의 눈은 카메라나 청중을 직시하며(시선; 3.00), 쾌활하고 자신감 있는 표정을 짓는 것(표

정; 3.00)으로 나타나 전체적으로 매우 긍정적인 대선후보의 이미지 소유자로 나타났다. 또한 관점차원에서 이명박 후보의 보도사진이 신문지면의 상단에 주로 실리는 등(위치; 2.76) 전체적으로 『조선일보』는 한나라당 이명박 후보에게 매우 유리한 보도를 한 것으로 나타났다.²²⁾

무소속의 이회창 후보는 행동차원인 시선과 관점차원인 위치 요소면에서 다른 경쟁 대선후보들과 차이가 있는 것으로 나타났다. 이회창 후보는 청중이나 당원을 상대로 연설이나 대화를 할 때 시선은 카메라나

22) 한나라당의 이명박 후보의 인물사진에 대한 『조선일보』의 유리한 보도형태는 다양하게 나타났다. 예를 들면, 『조선일보』(2007. 12. 6)는 선거기간 내내 BBK사건과 관련된 이명박 후보를 부정적으로 보도한 사진은 없었다. 『조선일보』는 “BBK 수사종결, 이명박 모두 무혐의”로 판결된 당일, 여의도 KBS 본관 ‘백남준 비디오 전시장’을 찾은 이명박 후보는 백남준 자화상 앞에서 환하게 웃으며 기념사진을 촬영한 사진을 실는 등 이명박 후보의 사진을 매우 호의적으로 보도하였다(p. 7). 그러나 이와는 대조적으로, 같은 신문지면에 나란히 보도된 이회창과 정동영 후보는 BBK수사 결과에 실망한 나머지 매우 침통한 표정을 짓고 있는 인물사진을 실기도 하였다.

20) Moriarty, S. M. & Popovich, M. N.(1991)은 자신들의 연구에서 분석틀을 다음과 같이 세 요소로 세분화하였다: ①행동(Behavior)차원: 행동, 자세, 팔, 손, 시선, 표정; ②문맥(Context)차원: 인물사진묘사, 위치; ③관점(Perspective)차원: 청중반응, 의상. 375쪽 참조.

21) 항목별 평균임(최소 1.00: 최대 3.00). 수치가 높을수록 긍정적인 평가임.

당원을 응시하여 보다 진지하고 근엄한 후보의 이미지가 돋보인 것으로 나타났다(시선; 2.89). 이와 더불어 『조선일보』는 이회창 후보의 보도사진을 주로 신문의 상단에 실어 다른 경쟁후보 보다 중요하고 유력한 후보자임을 내세우기도 했다(위치). 따라서 『조선일보』는 이회창 후보를 호의적으로 보도했다고 볼 수 있다.

그러나 『조선일보』의 군소정당 후보에 대한 보도는 불리하게 나타난 것으로 조사되었다. 창조 한국당의 문국현 후보의 팔의 위치는 다른 경쟁후보들의 팔의 경우와는 달리 예매하거나 역동적이지 못하였을 뿐만 아니라(팔의 위치; 2.10), 시선은 청중이나 카메라를 응시하지 않고 다른 곳에 둔 것으로 나타났다(시선; 2.30). 또한 문 후보의 표정은 다른 경쟁후보에 비해 심각하게 고민하고 있는 모습으로 비춰지거나, 청중들과도 떨어져 있는 모습으로 묘사되어 대선후보의 이미지 면에서 불리하게 보도되었다(표정; 2.30). 민주노동당 권영길 후보는 주로 흑백사진으로 처리되었을 뿐만 아니라(흑백; 1.36), 사진의 위치도 주로 신문 지면 하단에 실려 사진의 지면배치 면에서 상대적으로 타 후보에 비해 열세 적으로 보도된 것으로 나타났다(위치; 1.54).

『중앙일보』의 경우, 이명박 후보에 대한 전체적인 인물사진 묘사는 대통령후보로서 위엄이 있거나 진지한 표정의 후보자로 묘사되었다(사진 묘사; 3.00). 또한 의상에 있

어 주로 넥타이를 포함한 정장차림의 후보로 보도되어 의상 면에서 타 후보보다 높은 수치를 나타냈다(의상; 2.00). 정동영 후보의 경우, 이명박 후보에 대한 인물사진 묘사도 대체로 비슷한 경향으로 나타났다. 전직 아나운서 출신인 정동영 후보는 사진 내용이 웃기거나 재미있게 묘사된 사진이 없었으며, 대통령 후보로서 매우 진지한 표정의 이미지로 처리되어 보도되었다(사진 묘사; 2.26). 이와 더불어 옷차림은 정장차림이 아닌 캐주얼 또는 점퍼차림의 편안한 캐주얼 옷차림으로 자주 묘사되어 의상 면에서 다른 경쟁후보들 보다 낮은 수치로 나타났다(의상; 1.56).

『경향신문』의 이명박 후보에 대한 보도 사진은 위치와 시선 등 두 개 항목에서 통계적 유의성이 있는 것으로 나타났다. 특히 『경향신문』을 통해 보도된 이 후보의 모든 사진의 위치는 신문의 상단에 실려 보도된 것으로 나타나, 위치 면에서 다른 경쟁후보에 비하여 매우 유리한 대선후보로 보도되었다(위치; 3.00). 그러나 이와는 대조적으로, 이명박 후보의 시선은 쾌활하지 않거나 또는 눈을 감은 상태로 묘사되어 다른 후보와 비교할 때, 대체로 부정적인 이미지로 묘사되었다(시선; 2.66).²³⁾ 신생정당인 창조한

23) 한나라당의 이명박 후보가 지난 16일 서울 여의도 당사에서 소상공인을 접견하던 중 의자에 앉아 왼손을 턱에 받치고, 시선은 아래로 내린 채 무표정한 얼굴로 깊은 생각에 잠겨있다(『경향신문』, 2007.12.15, 1쪽). 이 사진의 바로 아래 기사는 “국민은 진실을 알고 싶다. 대선 맞물린 ‘이명박 특검... 5대 의혹 풀어줄까’라는 특집 기사가 실렸

국당의 문국현 후보의 경우, 얼굴표정은 주로 근심이 있거나 또는 피곤해 보이는 등 부정적 이미지의 후보자로 나타났다(표정; 2.60). 문국현 후보와 유권자들과 관계도 문 후보가 연설을 하거나 회의를 하는 동안 유권자들은 별 반응 없이 수동적으로 듣는 경우가 많았을 뿐만 아니라, 문 후보에게 관심을 나타내는 경우가 드물게 나타났다(청중 반응; 2.10).²⁴⁾ 권영길 후보의 경우, 사진은 주로 신문하단에 실려 유권자들의 시선을 끌 수 없는 위치로 보도돼 불리한 후보로 보도되었다(위치; 2.40). 그러나 의상 면에서는 주로 넥타이를 포함한 정장복장 차림으로 다른 경쟁후보들의 캐주얼 차림보다 긍정적인 옷차림으로 묘사되었다(의상; 2.20).

『한겨레신문』에 나타난 이명박 후보의 얼굴표정은 고민이 있거나 또는 피곤해 보이는 얼굴로 부정적인 이미지로 나타났다(표정; 2.61).²⁵⁾ 이 후보의 의상은 주로 정장을 입거나 또는 넥타이를 맨 셔츠차림으로 거리유세를 자주하는 모습으로 보도되었다

(의상; 2.00). 정동영 후보의 복장은 이명박 후보와는 달리 정장차림이 아닌 캐주얼차림으로 묘사되어, 타 후보보다 낮은 평균치를 가짐으로서 대선후보자로서 다소 부정적인 모습으로 보도되었다(의상; 1.37). 마지막으로 문국현 후보의 얼굴표정 사진은 모두 유쾌하고 자신감이 넘치는 표정으로 나타나 매우 긍정적인 이미지를 가진 대선후보자로 묘사되었다(표정; 3.00).

4) 대선운동 시작 전·후 후보자 이미지 차이

대선후보의 이미지에 따른 신문들 간의 보도성향의 차이를 알아보기 위해 대선운동 전·후 신문²⁶⁾의 각 후보의 이미지 평균 점수를 비교했으며 결과는 아래와 같다<표 3참조>. 먼저 『조선일보』를 통해 보도된 한나라당 이명박 후보는 다른 후보와는 달리 대선운동 시작 전보다 이후 이미지 평균값(0.04)이 증가한 것으로 나타났다($t=2.462$, $df=23$, $p<.01$).

다. 여기에서 5대 의혹이란 ① BBK 실소유주 맞나, ② 다스 지분 소유했나, ③ 주가 조작·횡령연루?, ④ 검찰, 김경준 회유했나, ⑤ 상암 DMC 특혜논란을 의미한다.

24) “文, 鄭에 오늘 단일화 승부수”라는 기사와 관련하여 문국현 후보가 머리를 숙이고 눈을 감은 채, 오른손은 안경을 만지작거리는 모습의 인물사진(『경향신문』, 2007.12.4, 4쪽).

25) 이명박 후보는 특히 BBK사건과 관련하여 그 동안 BBK와 전혀 무관하다던 기존의 주장과는 달리, 자신이 직접 설립했다던 내용의 광운대 강연 동영상이 공개된 11월 16일 이 후보가 서울 여의도 당사에서 열린 재일민단 간부 대표단 접견행사에서 침통한 표정을 비롯하여, 다양한 표정을 짓고 있는 인물사진(『한겨레신문』, 2007.12.17, 8쪽).

<표 3> 대선운동 시작 전·후 후보별 이미지 차이

신문	후보	본격적 선거일	평균	평균차	표준 편차	df	t
조선일보	이명박	전	2,57	.04	.26	23	2,426**
		후	2,61		.28		
	정동영	전	2,63	.06	.19	25	2,261**
		후	2,57		.18		
	이회창	전	2,58	.01	.16	23	1,360
		후	2,54		.24		
	문국현	전	2,61	.06	.20	7	.856
		후	2,55		.19		
	권영길	전	2,48	.09	.13	2	1,000
		후	2,39		.05		
중앙일보	이명박	전	2,58	.08	.17	19	1,020
		후	2,50		.37		
	정동영	전	2,67	.02	.16	19	-.760
		후	2,65		.12		
	이회창	전	2,51	.04	.15	14	-.501
		후	2,55		.16		
	문국현	전	2,40	.14	.35	3	-.676
		후	2,54		.07		
	권영길	전	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
		후	n/a		n/a		
경향신문	이명박	전	2,40	.18	.31	19	2,00
		후	2,22		.48		
	정동영	전	2,55	.38	.39	17	3,170*
		후	2,17		.49		
	이회창	전	2,47	.11	.28	18	-1,36
		후	2,58		.20		
	문국현	전	2,68	.03	.12	7	.298
		후	2,65		.13		
	권영길	전	2,38	.12	.34	4	-1,20
		후	2,50		.17		
한겨레	이명박	전	2,59	.11	.15	13	.865
		후	2,48		.45		
	정동영	전	2,56	.04	.16	15	.235*
		후	2,60		.28		
	이회창	전	2,60	.1	.18	14	.748
		후	2,50		.50		
	문국현	전	2,65	.06	.10	5	.647*
		후	2,71		.23		
	권영길	전	2,68	.12	.05	3	.735
		후	2,56		.27		

*p<.05, **p<.01

이러한 결과는 『조선일보』가 선거전에도 보도빈도와 신문의 크기 면에서 이명박 후보에게 호의적으로 보도하는 경향이 있는 것을 고려할 때, 공식 선거유세가 시작되기 된 이후에도 일관된 편향보도를 한 것으로 풀이할 수 있다. 통합 민주당의 정동영 후보의 경우, 본격적 대선운동 시작 전 보다 이후의 이미지 평균값은 다소 감소한 것으로 나타났으며 이러한 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 조사되었다($t=2.261, df=25, p<.01$). 따라서 정동영 후보의 이미지에 대한 『조선일보』의 보도는 긍정적 이미지 값의 감소(-.06)와 더불어 부정적 보도의 성향을 보인 것으로 설명할 수 있다.

『중앙일보』는 이명박 후보(-.08)와 정동영 후보(-.02)의 경우 본격적 선거운동 시작 이후의 이미지 평균점수가 감소하였으며, 무소속의 이회창 후보(.04)와 창조 한국당의 문국현 후보(.06)는 다소 증가한 것으로 나타났다. 또한 유력한 대선후보인 이명박과 정동영 후보의 경우 평균값 감소는 작은 것으로 조사되었으며, 이와는 대조적으로 군소정당인 창조한국당의 문국현 후보에 대한 증가폭은 경쟁후보들 보다 다소 큰 것으로 나타났다. 그러나 이들 후보들의 평균값의 증가와 감소에 대한 통계학적 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 『중앙일보』의

가장 두드러진 특징 중의 하나는 민주노동당의 권영길 후보의 경우, 본격적인 선거운동이 시작되기 전·후 42일 동안 권 후보의 사진이 거의 보도되지 않아(1건), 『중앙일보』는 민주노동당에 대하여 의도적으로 일관되게 불리한 편파성 보도를 하고 있는 것으로 조사되었다.

『경향신문』의 경우, 본격적인 대선운동 시작 전 기간보다 시작 후의 이미지 평균이 증가한 후보는 권영길 후보(.12)와 이회창 후보(.11)로 나타났다. 이와는 대조적으로 평균값이 감소한 후보는 정동영 후보(.38), 이명박 후보(.18), 그리고 문국현 후보(.03) 순으로 조사되었다. 대선운동 시작 전·후 후보자별로 평균값이 다소 감소한 후보 중에서 정동영 후보만이 통계적 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다($t=3.170, df=17, p<.05$). 따라서 『경향신문』은 통합민주당의 정동영 후보에 대하여 대선운동 시작 전 보다 시작 후에 다소 부정적인

이미지의 편파성 보도로 하고 있다고 풀이할 수 있다. 그러나 권영길 후보 보도사진에 나타난 이미지 점수도 본격적인 선거운동기간 이후에 더욱 긍정적인 방향으로 나타나고 있는 것을 볼 때, 유권자의 관심을 끌기에 다소 불리한 군소정당 출신의 후보라는 점을 고려하면, 『경향신문』은 비교적 공정보도를 위해 노력한 것으로 설명할 수 있다.

『한겨레신문』에 나타난 후보들의 이미지 차이의 평균값을 살펴보면, 이명박, 이회창

26) 본격적 선거운동이 시작된 2007년 11월27일을 기준으로 이전 기간(11월5일~11월26일)과 이후(11월28일~12월18일)기간인 각각 21일 동안의 기간임.

그리고 권영길 후보가 각각 부정적으로, 그리고 정동영과 문국현 후보가 각각 긍정적으로 조사되었다. 대선운동기간 후에는 권영길 후보(-.02)가 부정적 평균값의 차이가 가장 큰 것으로 조사되었으며, 이어서 이명박 후보(-.11)로 나타났다. 이와는 대조적으로 긍정적 이미지의 평균값의 차이는 문국현 후보(.06)와 정동영 후보(.04)로 나타났다. 통계적 유의도를 검증한 결과, 정동영 후보와 문국현 후보의 이미지에서만 차이가 큰 것으로 조사되었다. 즉, 통합민주당의 정동영 후보와 창조한국당의 문국현 후보는 대선운동 시작 이후 본격적인 선거운동에 돌입하면서 『한겨레신문』은 두 후보의 이미지를 더욱 긍정적으로 보도했다고 설명할 수 있다. 결국 『한겨레신문』은 본격적 선거운동 시작 전·후의 평균값의 차이를 비교할 때, 정동영 후보와 문국현 후보에 대한 이미지를 더욱 호의적으로 보도했다고 할 수 있다. 따라서 『한겨레신문』은 보도사진을 통하여 전반적으로 정동영 후보와 문국현 후보에 대한 지지를 명확히 드러내고 있으며, 본격적 선거운동기간에는 통합민주당과 창조한국당 후보에 대한 긍정적 편향적인 보도를 하고 있다고 풀이할 수 있다.

5) 설명글²⁷⁾ 처리방식의 차이

사진의 설명글도 기사이다(김선홍 외,

27) 설명글에 대한 분석 유목은 본 논문 <부록>을 참조.

2001). 따라서 설명을 시작하는 단어는 뉴스기사나 특집기사의 머리말처럼 반드시 독자의 주의를 끌어야하며 이를 위해 누가, 무엇을, 언제, 어디서, 왜 했는지 등 기본요소를 갖추어야한다(김선홍 외, 2001). 따라서 대선후보 인물사진에 대한 설명글은 후보에 대한 균형성 면에서 보다 세심한 주의를 요한다.

대선후보의 인물사진은 각 후보에 대한 신문사별 성향에 따른 사진 기자들과 편집인들의 보도관행과 특성을 보여준다. 뿐만 아니라, 신문사의 취재기자와 편집인들의 인물사진에 대한 설명글의 형식과 내용은 유권자들에게 선거영향을 미칠 수 있는 중요한 요인이기도 하다. 따라서 후보사진에 대한 설명글이 없거나, 또는 설명글이 간단할수록 후보에 대한 부정적인 단서로 작동할 수 있다. 그러나 이와는 대조적으로 특정 후보에 대한 사진 설명글이 구체적으로 기술되거나, 또는 사진에 드러나지 않는 관련 사건의 핵심이나 요지까지 제시해주는 경우 후보에 대한 호의적인 척도로 설명할 수 있다.

『조선일보』의 경우, 대선후보자들에 대한 보도사진의 게재빈도가 타 신문사보다 많은 것으로 나타나 사진 설명글의 비율도 분석대상 신문 중 가장 높은 것으로 나타났다<표 4 참조>. 대선 후보별 설명글의 특성을 살펴보면, 정동영 후보가 26개(30.6%)로 가장 많았고, 이어서 이명박과 이회창 후보

가 각각 24건(28.2%), 문국현 후보 8건(9.4%), 권영길 후보가 3건(3.6%)으로 조사되었다. 특히 『조선일보』의 경우 권영길 후보와 정동영 후보와 비교할 때, 무려 약 9배의 차이가 나타나 설명글의 종류와 빈도 면에서 『조선일보』는 군소정당 후보에 대한 관심과 배려가 부족한 것으로 나타났다. 그러나 ‘사건을 요약한’ 설명글의 경우 『조선일보』의 이회창 후보(28)에 대한 설명글이 유일한 것으로 조사되었다.

『중앙일보』의 설명글의 종류별 비율을 살펴보면, ‘사진 설명에만 그친’ 설명글의 비율이 55건(96.7%)으로 가장 높았으며, 이어서 ‘설명글이 없는 경우’는 5건(8.3%), 그리고 ‘제목만 있는 경우’와 ‘사건을 요약한 경우’는 전무한 것으로 나타났다. 후보별 설명글에 대한 특성을 살펴보면, 정동영 후보가 21건(35.0%)로 가장 많았고, 이어서 이명박 후보 20건(33.3%), 이회창 후보 14건(23.4%), 문국현 후보 4건(6.7%), 그리고 권영길 후보 1건(1.6%)순이었다. 특히 민주노동당의 권영길 후보에 대한 설명글의 빈도수는 타 신문사와 비교할 때 『중앙일보』가 가장 적은 것으로 나타났으며, 정동영 후보와

권영길 후보와의 차이는 무려 21배로 나타나 민주노동당에 대한 『중앙일보』의 편향적 보도비율은 매우 높은 것으로 나타났다.

『경향신문』의 설명글은 후보에 대한 ‘사진 설명에만 그친 경우’가 66건(91.7%)으로 가장 많았으며, ‘설명글이 없는 경우’와 ‘사건을 요약한 경우’도 각각 4건(5.5%)과 2건(2.8%)으로 조사되었다. 『경향신문』은 이명박 후보에 대한 설명글의 빈도수가 22건(30.6%)으로 가장 많았으며, 이어서 이회창 후보 20건(27.8%), 정동영 후보 17건(23.6%), 문국현 후보 8건(11.1%), 그리고 권영길 후보 5건(6.9%)으로 나타났다. 특히 무소속의 이회창 후보의 경우, 타 후보와는 달리 유일하게 사진배경에 대한 설명글로 사건을 요약한 설명글의 보도사진이 실린 것으로 나타났다.

마지막으로 『한겨레신문』은 다른 비교대상 신문과 비교할 때, ‘사건을 요약한’ 설명글에 대한 비율이 가장 높았을 뿐만 아니라, 모든 후보에 대하여 비교적 균등한 것으로 나타났다. 이는 『한겨레신문』은 다른 비교대상 신문과는 달리 대선후보의 인물사진을 설명하는 캡션을 사용할 때, 단순히 사진에 대한 설명에만 그치지 않고 독자의 이해를 위해 대선후보에 대한 보다 구체적이고 다양한 선거유세 상황이나 과정을 이해하기 쉽게 설명하고 있다고 풀이할 수 있다. 『한겨레신문』의 후보별 설명글의 비율을 살펴보면, 정동영과 이회창 후보가 각각 19

28) “기호 짚찌, 무소속 이회창 동행 인터뷰” 기사와 관련하여, 이회창 후보가 여고생들로 둘러싸인 채, 학생들로부터 돼지 저금통 선물을 받고 즐거워하고 있는 인물사진이 보도되었다(『경향신문』, 2007.12.3, 4쪽). 위의 캡션과 더불어 “무소속 이회창 대선 후보가 지난 1일 경기 고양의 원당 시장에서 유세한 뒤, 상가를 방문” 했다는 지난 선거 유세활동을 수행했다는 ‘사건을 요약한’ 추가 보충 설명이 곁들여 있다.

건(29.2%)으로 가장 높았으며, 이어서 이명박 후보 14건(21.5%), 문국현 후보 9건(13.8%), 그리고 권영길 후보 4건(6.3%)으로 나타났다. 특히 후보별 설명글에 대한 차이를 살펴보면, 설명글의 비율이 가장 높은 정동영과 이회창 후보(19건)가 권영길 후보(4건)

에 비하여 약 3.5배 정도 많은 것으로 나타나기도 하였지만, 그럼에도 불구하고 『한겨레신문』은 각 후보 간의 설명글의 ‘사진설명’과 ‘사건을 요약한’ 설명글의 종류와 빈도수면에서 비교대상 신문 중 가장 공정한 보도를 한 것으로 나타났다.

<표 4> 대선후보 인물사진에 대한 설명글 차이

단위: 건수(%)

신문	설명글 유형	대선 후보자					합계
		이명박	정동영	이회창	문국현	권영길	
조선일보	①제목만 있음	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(100.0)	1(100.0)
	②사진설명	19(29.7)	21(32.8)	18(28.1)	6(9.4)	0(0.0)	64(100.0)
	③사건요약	0(0.0)	0(0.0)	1(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(100.0)
	④설명글 없음	5(26.3)	5(26.3)	5(26.3)	2(10.5)	2(10.5)	19(100.0)
	합계	24(28.2)	26(30.6)	24(28.2)	8(9.4)	3(3.6)	85(100.0)
중앙일보	①제목만 있음	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
	②사진설명	19(34.5)	21(38.2)	12(21.9)	2(3.6)	1(1.8)	55(100.0)
	③사건요약	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)
	④설명글 없음	1(20.0)	0(0)	2(40.0)	2(40.0)	0(0)	5(100.0)
	합계	20(33.3)	21(35.0)	14(23.4)	4(6.7)	1(1.6)	60(100.0)
총 합계		44(30.9)	47(32.8)	38(25.8)	12(8.0)	4(2.7)	145(100.0%)
신문	설명글 유형	대선 후보자					합계
		이명박	정동영	이회창	문국현	권영길	
경향신문	①제목만 있음	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)
	②사진설명	21(31.8)	17(25.8)	16(24.2)	7(10.6)	5(7.6)	66(100.0)
	③사건요약	0(0)	0(0)	2(100.0)	0(0)	0(0)	2(100.0)
	④설명글 없음	1(25.0)	0(0.0)	2(50.0)	1(25.0)	0(0.0)	4(100.0)
	합계	22(30.6)	17(23.6)	20(27.8)	8(11.1)	5(6.9)	72(100.0)
한겨레	①제목만 있음	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)
	②사진설명	11(21.2)	17(32.2)	15(28.8)	8(15.4)	1(1.9)	52(100.0)
	③사건요약	2(18.1)	2(18.1)	4(36.3)	1(9.1)	2(18.1)	11(100.0)
	④설명글 없음	1(50.0)	0(0)	0(0)	0(0)	1(50.0)	2(100.0)
	합계	14(21.5)	19(29.2)	19(29.2)	9(13.8)	4(6.3)	65(100.0)
총 합계		35(26.1)	36(26.4)	39(28.5)	17(12.5)	9(6.6)	137(100.0)

주: $\chi^2 = 477.111$, $df = 3$, $p > .05$

5. 결론 및 논의

대통령선거는 민주주의 국가에서 매우 중요한 정치적 행사로서 언론은 대선 후보자와 유권자를 위한 중요한 역할을 한다. 즉 언론은 대선기간 동안, 대선 후보자들의 정치와 선거유세 활동에 대한 기사와 함께 후보 인물사진을 통하여 후보자에 대한 구체적인 정치활동을 유권자들에게 전달하며 적절한 후보자를 선택할 수 있는 정보를 제공한다. 뿐만 아니라 언론이 의도적으로 특정 후보 사진을 강조 또는 배제하여 보도하는 경우, 특정 후보자에게 유리하거나 불리한 여론을 형성하여 유권자에게 직접적인 영향을 미칠 수 있기 때문이다. 따라서 선거기간 중 대선 후보의 기사와 인물사진에 대한 언론의 보도역할은 매우 중요하다. 이 연구는 우리나라 대표적인 일간신문인 『조선일보』, 『중앙일보』, 『경향신문』 그리고 『한겨레신문』을 통해 보도된 2007년 주요 대선 후보에 대한 인물보도사진을 통해 신문사별 특정후보에 대한 공정성 보도에 대한 성격과 특성을 분석해 살펴본 것이다. 그 결과는 다음과 같다.

연구문제 1의 경우, 신문사별 인물사진에 대한 보도비율은 『조선일보』가 가장 높았으며, 이어서 『경향신문』, 『한겨레신문』 그리고 『중앙일보』순으로 나타났다. 전체 분석대상 일간지를 통해 보도된 대선 후보별 보도비율 면에서 이명박 후보가 가장 높

았으며, 다음으로 이회창, 정동영, 문국현 그리고 권영길 후보 순으로 조사되었다. 특히 『중앙일보』와 『한겨레신문』의 보도에서 주요정당과 군소정당 후보 간의 보도비율의 편향성이 심하게 나타났다.

연구문제 2의 경우, 분석대상 일간지의 인물 보도사진의 평균크기는 372.58cm²로 조사되었으며, 각 신문사별로 차이가 나타났다. 『조선일보』의 경우, 정동영 후보의 사진을 전체후보자 비율 가운데 30.0%로 가장 크고 비중 있게 보도했으며, 군소정당 후보인 문국현과 권영길 후보는 상대적으로 작은 크기로 중요도가 낮은 상태로 보도되었다. 또한 분석대상 신문 중 『조선일보』가 각 후보의 사진크기에 대한 표준편차²⁹⁾가 가장 높았으며, 『한겨레신문』이 가장 적은 것으로 나타났다. 따라서 사진크기 면에서 특정후보에 대한 편향성 보도는 『조선일보』가 가장 큰 것으로 나타났으며, 『경향신문』과 『한겨레신문』의 경우 비교적 공정한 보도를 한 것으로 조사되었다.

연구문제 3의 경우, 보도사진의 분석틀을 이용하여 후보자들의 이미지의 차이를 살펴본 결과 신문에 따른 후보의 이미지는 차이가 있는 것으로 나타났다. 먼저 『조선일보』는 이명박 후보의 경우, 이미지 점수는 전체 유목 중 모든 항목에서 전체평균이

29) 각 신문사별 인물보도 사진의 크기에 대한 표준편차는 다음과 같다. 『조선일보』: 27.89; 『중앙일보』: 20.52; 『경향신문』: 12.84; 『한겨레신문』: 15.90.

상의 긍정적 수치로 나타났으며, 이회창 후보는 손과 사진위치 등 두 개 항목에서 높은 평균치로 나타났다. 반면 창조 한국당의 문국현 후보는 네 개 항목에서 통계적 유의성을 보이며 낮은 평균치가 나타났으며, 민주노동당의 권영길 후보의 경우 통계적 유의성이 나타난 항목은 사진의 위치로서 평균이하의 수치로 조사되었다. 『중앙일보』의 경우, 이명박 후보는 인물묘사와 의상 등 두 개 항목에서 통계적 유의성이 나타났다. 정동영 후보의 경우 이명박 후보와 같이 인물사진 묘사와 의상 항목 등 두 개 항목에서 통계적 유의성이 나타났으나, 두 항목 모두 낮은 평균치로 나타났다.

『경향신문』은 이명박 후보가 시선과 사진의 위치 등 두 개 항목에서 높은 수치의 통계적 유의성을 보였으며, 정동영과 이회창 후보가 시선과 표정 등 각각 한 개 항목에서 높은 평균치를 보였다. 이와 대조적으로 문국현 후보는 표정과 청중반응 등 두 개 항목에서, 그리고 권영길 후보는 사진의 위치와 의상에서 각각 낮은 평균치의 통계적 유의성을 보였다. 마지막으로 『한겨레신문』의 경우, 이회창 후보는 시선과 표정 등 두 개 항목에서 높은 평균적 수치의 통계적 유의성이 나타났으며, 문국현 후보는 표정에서 긍정적 유의성이 나타났다. 그러나 정동영 후보의 경우 양복 등 정장차림보다는 캐주얼차림의 의상 항목에서 부정적인 통계적 유의성이 나타난 것으로 조사되었다.

따라서 연구문제 3을 정리하면, 『조선일보』는 이명박과 이회창 후보에게 우호적인 보도를 한 것으로 풀이할 수 있다. 또한 『중앙일보』는 이명박 후보에게, 『경향신문』은 이명박, 정동영, 이회창 후보에게, 그리고 『한겨레신문』은 이명박, 이회창, 문국현 후보에게 각각 우호적이며 편향적인 보도를 한 것으로 설명할 수 있다.

연구문제 4의 경우, 본격적 대선운동 시작 전·후 각각 21일 동안 대선 후보자 이미지는 신문사별로 차이가 있는 것으로 나타났다. 『조선일보』의 경우 통계적으로 유의미한 차이가 나타난 후보는 이명박과 정동영 후보였다. 이명박 후보는 대선운동 시작 전보다 본격적으로 시작된 이후 평균값이 다소 증가했으며, 정동영 후보의 경우 평균값이 오히려 하락한 것으로 나타났다. 따라서 『조선일보』의 경우 한나라당의 이명박 후보에게 본격적 선거운동 전후에 걸쳐 일관된 편향보도가 이루어졌으며, 통합민주당 후보인 정동영 후보의 이미지는 부정적 편향성을 보인 것으로 나타났다.

『중앙일보』의 경우 통계적 유의한 후보는 없는 것으로 나타났다. 그러나 권영길 후보의 경우, 『중앙일보』가 보도한 권 후보의 사진은 대선운동 전·후 단 한건에 불과하여 통계적 검증이 불가능한 것으로 조사되었다. 『경향신문』은 대선 후보자들 가운데 정동영 후보가 유일하게 통계적 유의성이 있는 것으로 나타났다. 그러나 정동영 후보

의 경우 본격적 대선운동 전보다 이후에 평균치가 오히려 감소하여 다소 부정적인 이미지의 편파성 보도를 하였다고 풀이할 수 있다.

『한겨레신문』의 경우 통계적 유의도를 검증한 결과, 문국현 후보가 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 모두 긍정적 이미지 평균값의 증가로 나타났다. 따라서 『한겨레신문』은 정동영과 문국현 후보에 대한 이미지는 본격적 대선 운동이 시작된 이후 더욱 호의적으로 보도했다고 설명할 수 있다.

마지막으로 연구문제 5인 설명글의 경우, 비교신문 중 『조선일보』의 보도사진 게재 빈도가 가장 높아 사진 설명글의 비율도 가장 높았다. 대부분의 비교대상 신문들은 후보자들의 인물사진에 대하여 간단한 사진 내용 설명에만 그친 것으로 나타났다. 이와 더불어 후보자의 선거행사와 관련하여 앞으로의 행사일정이나 후보자의 내면적 의도 또는 선거 전략과 방향 등의 선거관련 행사 사건 등을 요약하여 보도하는 경우는 드물었다. 이러한 사건을 요약한 신문사는 『한겨레신문』(4건)과 『경향신문』(2건)으로 조사되었으며, 무소속의 이회창 후보의 신문사진과 관련된 경우가 가장 많았다.

모두 열 명으로³⁰⁾ 진행된 이번 대통령선거 기간 동안, 입후보자들에게 대한 언론의 취

급 순위는 주로 제1정당인 한나라당, 제2정당인 통합민주당, 제3정당인 무소속(이회창) 순으로 시작되었으며, 할애된 주요언론의 지면크기도 이러한 순서로 결정된 것으로 나타났다. 또한 신문의 주요 지면위치도 한나라당, 통합민주당, 무소속(이회창) 순으로 놓였으며, 사진의 게재도 대부분 이들 3당 입후보자들을 중심으로 실렸다. 특히 주요정당 후보들은 양적인 면에서 군소정당 후보들보다 확대된 지면과 중요한 위치를 차지한 것으로 나타났다.

따라서 이번 연구의 분석대상 신문과 후보자간의 우호적 관계를 살펴보면, 보수신문인 『조선일보』는 이명박과 이회창 후보에 대한 지속적으로 우호적인 편향적 보도를 한 경향이 있는 것으로 나타났으며,³¹⁾ 『중앙일보』와 『경향신문』은 부분적으로 이

31) 보수신문과 진보신문들의 편향성 보도에 대한 대표적 인 사례를 살펴보면, 이명박 후보와 관련된 BBK사건의 경우, 보수신문인 『조선일보』는 검찰이 BBK중간수사 결과를 공식적으로 발표하기도 전에 BBK와 이명박 후보와 무관을 주장하며, BBK사건이 종결 되었다는 보도를 하자 시민단체로부터 『조선일보』는 한나라당 기관지라는 비난을 받기도 했다(대선미디어연대, 2007. 11.4). 반면에 진보신문인 『경향신문』과 『한겨레신문』은 BBK사건에 대한 신중한 접근을 보이며 보도한 것으로 조사되었다. 『경향신문』은 BBK사건의 핵심참고인들이 해외로 출국한 사실을 보도해 BBK와 이명박 후보의 연루 의혹을 밝히기 어려워졌다는 사실을 보도하기도 했으며 남은 의혹에 대한 끊임없는 보도를 지속했다. 『한겨레신문』 또한 이 후보의 측근인 김백준씨가 2001년 5월 읍서닐벤처스 주가 조작에 이용된 해외 '페이퍼 컴퍼니'와 거액의 돈거래를 했다는 정황에 대한 의혹에 관한 보도, 이 후보의 처남 김재정씨 조사에 관한 보도, 홍종국씨 등 핵심 참고인의 해외 출국한 것에 대한 의혹을 제기함으로써 BBK사건에 대한 의혹에 집중 취재를 진행했다(대선미디어연대 모니터본부 11.30(금)~12.3(월) 모니터 보고서).

30) 제17대 대통령선거 후보는 12명으로 시작했지만, 선거 과정에서 심대평과 이수성후보가 사퇴하여 10명일.

명박 후보에게, 그리고 진보신문인 『한겨레신문』은 정동영 후보에 대하여 전반적으로 우호적인 편파성 보도를 한 경향이 있는 것으로 조사되었다. 특히 『경향신문』의 경우, 진보신문으로서 야당후보에게 유리한 보도를 할 것이라는 예상과는 달리, 『경향신문』은 한나라당 이명박 후보에게 유리한 편향적인 보도를 한 것으로 나타났다. 이러한 『경향신문』의 결과에 대한 원인은 선거보도기간 당시 언론사 내적으로 드러나지 않는 사유가 있었을 것으로 짐작할 수 있으나, 다른 한편으로는 대선후보들에 대한 다양한 여론조사에서 이명박 후보가 우리나라 전체 유권자 가운데 절반에 가까운 찬성표를 지속적으로 획득하여 차기 대통령으로 확실시되자, 여론의 대세에 따라 『경향신문』이 이명박 후보에게 다소 유리한 보도를 한 것이 아니겠는가라고 추측해 볼 수도 있겠다.

연구결과를 종합하면, 분석대상 신문들은 대통령후보에 대한 인물사진 보도는 공정하거나 객관적이지 못했으며, 이러한 불공정한 보도방식은 다양한 형태로 나타났다고 할 수 있다. 특히 『한겨레신문』을 제외한 나머지 신문들은 기존 거대정당 출신의 특정후보에게 호의적인 보도형태를 보이면서도, 소규모 신생정당 출신의 후보에게는 불리한 보도방식을 일관한 것으로 드러났다.

선거란 기존의 정치세력에 대한 평가를 내림과 동시에, 새로운 정치세력의 도래를 위한 행위이다. 따라서 어느 입후보자에게

게 보도를 통한 균등한 기회를 주어야 한다. 그러면서도 기존의 정치 지도자들은 이미 언론매체를 통하여 많이 알려졌기 때문에, 오히려 새로운 정치 지도자들이나 군소정당의 입후보자들에게 보다 많은 기회를 주어야 한다. 만약 이것이 현실적으로 많은 제약을 받는다면, 법정 선거기간 동안만이라도 이들 군소정당 후보들에게 보다 확대된 기회를 주는 것이 바람직하다(백선거, 1997).

그렇다면 선거보도 인물사진에 대한 신문사들의 편향성은 어떠한 이유에서 비롯된 것인가? 이에 대한 원인으로서는 언론사 내·외부에 영향을 주는 다양한 요소들이 있겠지만,³²⁾ 무엇보다도 한국 언론이 지녔던 기득권세력 중심의 보도성향에 따른 결과라고 할 수 있다. 이는 신문을 포함한 언론이 변화를 추구하는 집단보다 현상유지를 원하는 지배세력이나 기득권세력의 편에서 서서 보도하는 경향이 강하며, 이는 보도의 이념적 지향이 근본적으로 보수적으로 나타나기 때문인 것으로 풀이할 수 있다(김동규, 2000).³³⁾

또한 언론사가 정치후보에 따라 편향성을 보이는 또 다른 이유는 정치·경제적인 면에서 정치권과 직접적 이해관계 때문인 것으로 풀이할 수 있다. 예를 들면, 『조선일

32) 임양준(2007)은 뉴스 생산과정에 영향을 미치는 요인들을 언론인, 미디어 유형 그리고 미디어 조직의 외부요인 등으로 세분화하여 설명하였다.

33) 피스크(Fiske, 1987)도 언론인들의 내면화 된 전형적인 이야기 방식이 내러티브 구성에 함축되어 있는 것은 안정 지향적이며, 체제 옹호적인 가치관이라고 지적했다.

보』, 『중앙일보』, 『동아일보』는 보수성향의 한나라당 전신인 민정당 이후, 권언유착에 따라 집권 정치권으로부터 정치·경제적인 특혜를 많이 받았다.³⁴⁾ 또한 『한겨레신문』의 경우, 신문사창간 당시 통합민주당 전신인 평민당 김대중 총재는 『한겨레신문』 창간주주로 적극 참여하기도 하였다(정석구, 2008).

이와 더불어, 기존 대선과는 달리 이번 대선에서는 사실상 차기 대통령 당선이 확실시된 특정정당 후보를 지지할 수밖에 없는 여론과 선거보도 분위기도 영향을 미쳤을 것으로 추측할 수 있다. 한나라당 이명박 후보의 경우, 첫 여론조사가 시작된 2007년 5월 이후 이 후보를 지지하는 여론조사 결과가 거의 과반수를 넘어서는³⁵⁾ 등 공식 대선투표 이전에 사실상 차기 대통령 당선이 기정사실화 된 것으로 보도되었다.

선거보도를 통해 언론이 특정후보에 대한 편향적인 보도는 정당화 될 수 없다. 공정하고 객관적인 선거보도는 민주주의의 기초를 닦는 초석이기 때문이다. 언론의 공정

한 선거보도를 위해 특정후보에 대한 언론 보도의 편파적인 선거보도 방법을 바로잡는 방법으로는 ①언론인의 윤리교육 강화, ②시민단체들에 의한 선거부정방지법 준수 여부 감시,³⁶⁾ ③불공정 선거보도에 대한 사회문제 이슈화(권혁남, 2002a) 등을 포함한 다양하고 실천 가능한 방법들을 강구해야 한다.

마지막으로 이 연구가 가지고 있는 제한점은 다음과 같다. 첫째, 분석대상의 범위가 다. 분석대상 신문을 다수의 중앙지뿐만 아니라 신문의 성향이 뚜렷한 지방지도 포함하여 분석했다면 보도사진의 편향성을 좀 더 일반화 하는데 도움이 될 수도 있을 것이다. 둘째, 분석기간이다. 본 연구는 2007년 대선 운동기간을 분석범위로 하였지만, 지난 대선 보도사진도 함께 분석하였다면 통시적 관점에서 언론사들의 편향성 흐름을 살펴볼 수 있을 것이다. 셋째, 분석들에 대한 문제이다. 이미지를 세부적으로 나누

34) 최근 정치권으로부터 특혜·특권을 받은 보수신문의 사례를 간단히 살펴보면 다음과 같다. “94년 대규모 탈부세약으로 인하여 국제청으로부터 『조선일보』 18억, 『중앙일보』 16억 원, 『동아일보』 8110만 3538원 추정 당함”(『한겨레』, 2001.3.13); “『조선일보』 사주 방씨 땅 30만평 일부 명의신탁 의혹, 정부 처벌 미적”(『한겨레』, 2001.3.16); “정부의 특혜로 방씨 일가 계열사주 팔아 3백억 차익”(『한겨레』, 2001.3.13) 등이다.

35) 2007년 5월 이후 대선후보자들을 대상으로 실시된 여론조사 결과, 이명박 후보의 최다 득표율은 58.0%(2007.10.10)이었으며, 최저 득표율은 37.2%(2007.7.21)로 나타났다(<http://ko.wikipedia.org/>).

36) 현재 선거에 대한 불공정 보도를 규정할 수 있는 법 조항을 살펴보면, ‘공직선거 및 선거부정 방지법’ 제96조 ‘허위논평 보도의 금지’ 조항에는 “방송, 신문, 통신, 잡지, 기타의 간행물을 경영 관리하는 자 또는 편집, 취재, 집필, 보도하는 자는 특정 후보자를 당선되게 하거나 되지 못하게 할 목적으로 선거에 관하여 허위사실을 보도하거나 사실을 왜곡하여 보도 또는 논평을 할 수 없다.”고 밝히고 있다. 또한 선거법 제8조 ‘언론기관의 보도의 무’ 조항에는 “방송, 신문, 통신, 잡지, 기타의 간행물을 경영 관리하거나 편집, 취재, 집필, 보도하는 자가 정당의 정당정책이나 후보자의 정견 기타 사항에 관하여 보도 논평을 하는 경우와 정당의 대표자나 후보자 또는 그의 대리인을 참여하게 하여 대담을 하거나 토론을 행하고 이를 방송 보도하는 경우에는 공정하게 하여야 한다.”고 규정하고 있다.

어서 분석한다는 것 자체가 무리이기도 하지만 이미지를 좀 더 세부적으로 나누지 못해 정교화 된 틀을 갖추기가 어려웠다. 전체 후보의 인상을 결정하는 이미지를 얼굴표정, 활동, 시선 등 각기 따로 분석한다는 것

이 다소 무리가 있다고 하겠다. 그러나 연구 대상 후보 모두 동일한 분석틀을 적용해 분석했으므로 도출된 연구결과를 객관화하는데에는 큰 무리가 없다고 하겠다.

부록. 분석유목

(1) 보도사진의 이미지 분석틀

유형	점수	긍정	중립	부정
행동 차원 (Behavior)	①행동 (Activity)	약수를 하면서 대화를 하거나 아이에게 입맞춤 등 적극적인 행동	가만히 서 있거나 앉아 있는 상황에서 연출된 장면 등 활동의 범위가 불분명한 경우	단순히 듣거나, 읽거나, 즐기거나 하는 기운 없거나 수동적인 행동
	②자세 (Posture)	몸이 곧은 자세로 서 있는 상태	전체적인 자세의 형태가 불분명한 경우	몸을 숙이거나 어딘가에 기대어 있는 상태
	③팔의 위치 (arms)	팔이 머리 위로 올라간 상태	사진을 통해 팔이 안보이거나 팔의 상태가 불분명한 경우	팔짱을 끼거나 가만히 놓여있는 상태
	④손 (Hands)	제스처를 취하거나 무엇인가를 가리킴	사진을 통해 손이 안보이거나 손의 상태가 불분명한 경우	아무것도 하지 않는 상태
	⑤시선 (Eyes)	카메라나 청중을 직시	시선을 다른 곳에 두거나 기타 불분명한 경우	위 또는 아래를 보거나 눈을 감은 상태
	⑥표정 (Expression)	쾌활하거나 자신감 있는 표정	심각하거나 불분명한 경우	따분하거나 걱정 또는 피곤 한 표정
문맥 차원 (Context)	⑦청중반응 (Interaction)	유권자들을 환호하거나 동료들의 주된 관심대상	청중들과 떨어져 있어 잘 보이지 않거나 후보자 측근으로만 구성, 기타 불분명한 경우	후보가 혼자 있거나 또는 유권자나 동료들의 관심밖에 있는 경우
	⑧의상 (Dress)	정장을 하거나 넥타이를 맨 셔츠 차림	옷차림을 알 수 없거나 불분명한 경우	캐주얼 차림
	⑨장소 (Setting)	촬영장소가 기념식장이거나 공식적인 행사인 경우	촬영장소가 불분명한 경우	비공식적이거나 평상적인 장소
관점 차원 (Perspective)	⑩인물사진 묘사 (Portrayal)	위엄 있거나 진지하거나 또는 대통령 후보로서 표정	표정이 분명하지 않거나 불분명한 경우	사진 내용이 웃기거나, 재미있거나 또는 바보스럽게 찍힌 후보사진
	⑪흑백/칼라 (B/W/colored)	칼라사진	n/a	흑백사진
	⑫위치 (Position)	신문지면의 상단(1/3이상)	지면 중간(1/3~2/3)	신문지면의 하단(3/3이하)
	⑬사진 크기 (Size)	실제적 측정(단위: cm)		

(2) 분석틀에 대한 후보들의 항목별 이미지 평균차이

① 조선일보

유형 \ 후보	이명박	정동영	이회창	문국현	권영길	평균
① 행동	3.00	2.74	2.89	2.50	2.82	2.82
② 자세	3.00	2.84	2.94	2.60	2.81	2.87
③ 팔의 위치	2.28	2.05	2.10	2.00	2.27	2.15
④ 손	2.95*	2.84*	2.68	2.30*	2.81	2.76
⑤ 시선	3.00*	2.78	2.89*	2.30*	2.72	2.80
⑥ 표정	3.00*	2.73	2.73	2.30*	2.81	2.76
⑦ 청중반응	2.57*	2.42	2.47	1.90*	2.36	2.40
⑧ 의상	2.14	1.63	1.63	2.40	2.27	1.95
⑨ 장소	1.85	2.00	2.11	2.00	1.50	1.89
⑩ 인물사진 묘사	2.71	2.68	2.68*	2.30	2.36	2.60
⑪ 흑백/컬러	2.33	2.36	2.05	1.60	1.36	2.02
⑫ 위치	2.76**	3.00**	2.68	2.00	1.54**	2.53
평균	2.63	2.50	2.48	2.18	2.30	2.46

*p < .05, **p < .01

② 중앙일보

유형 \ 후보	이명박	정동영	이회창	문국현	권영길	전체평균
① 행동	3.00	2.88	2.88	3.00	3.00	2.92
② 자세	3.00	2.87	2.88	2.50	2.50	2.89
③ 팔의 위치	2.16	2.25	2.16	2.50	2.50	2.21
④ 손	2.94	2.75	2.88	3.00	3.00	2.87
⑤ 시선	3.00	2.68	2.94	3.00	3.00	2.89
⑥ 표정	3.00	2.50	2.83	3.00	3.00	2.80
⑦ 청중반응	2.27	2.37	2.33	2.00	2.00	2.30
⑧ 의상	2.00*	1.56*	1.55	2.00	3.00	1.75
⑨ 장소	1.92	1.64	1.78	3.00	3.00	2.27
⑩ 인물사진 묘사	3.00*	2.26*	2.94	3.00	3.00	2.85
⑪ 흑백/컬러	1.77	2.00	1.66	2.00	1.00	1.78
⑫ 위치	2.94	2.81	2.72	3.00	3.00	2.83
평균	2.58	2.38	2.12	2.66	2.75	2.53

*p < .05, **p < .01

③경향신문

유형 \ 후보	이명박	정동영	이회창	문국현	권영길	전체평균
①행동	2,85	3,00	3,00	2,80	3,00	2,92
②자세	2,80	3,00	3,00	2,80	3,00	2,91
③팔의 위치	2,23	2,33	2,14	2,00	2,40	2,22
④손	2,33	2,80	2,71	2,70	2,90	2,74
⑤시선	2,66*	3,00*	2,85	2,70	3,00	2,82
⑥표정	2,66	2,86	3,00*	2,60*	3,00	2,81
⑦청중반응	2,33	2,60	2,28	2,10*	2,30	2,34
⑧의상	1,95	1,40	1,71	1,80	2,20*	2,25
⑨장소	2,19	2,19	2,25	2,28	2,43	2,27
⑩인물사진 묘사	2,71	3,00	3,00	2,70	3,00	2,87
⑪ 흑백/칼라	2,42	2,46	2,14	1,60	2,40	2,25
⑫위치	3,00*	2,80	2,71	2,50	2,40*	2,74
평균	2,29	2,59	2,56	2,38	2,66	2,59

*p<.05, **p<.01

④한겨레신문

유형 \ 후보	이명박	정동영	이회창	문국현	권영길	전체평균
①행동	2,72	3,00	3,00	3,00	3,00	2,93
②자세	2,77	3,00	3,00	2,85	3,00	2,91
③팔의 위치	2,22	2,50	2,20	2,14	2,25	2,21
④손	2,61	2,81	2,86	2,85	3,00	2,78
⑤시선	2,72	2,87*	3,00	3,00	3,00	2,88
⑥표정	2,61*	2,81*	2,93	3,00*	3,00	2,81
⑦청중반응	2,33	2,56	2,60	2,57	2,75	2,51
⑧의상	2,00*	1,37*	1,66	1,85	2,50	1,76
⑨장소	2,12	2,12	2,00	1,71	2,00	1,99
⑩인물사진묘사	2,77	2,81	3,00	3,00	3,00	2,88
⑪ 흑백/칼라	2,00	2,00	1,93	1,57	1,00	1,86
⑫위치	2,92	2,81	2,69	2,61	2,72	2,75
평균	2,48	2,55	2,54	2,51	2,60	2,52

*p<.05, **p<.01

3) 보도사진에 따른 설명글(캡션)의 처리 방식

① 제목만 게재한 경우: 두 세 개의 짧은 단어를 이용해 제목만 제시한 경우.

② 사진 설명에 그친 경우: 사진에 나타난 장면을 그대로 묘사하는 경우. 누가, 언제, 어디서 와 같은 기본적인 사항을 포함하더라도 장면묘사 이외에는 별다른 정보를 주지 않는 경우.

③ 사건을 요약하여 제시한 경우: 사진에 나타난 설명뿐 아니라 사진에서 드러나지 않는 정보까지 포함하는 경우. 또는 사건의 핵심이나 요지를 제시해주는 경우.

④ 설명글을 달지 않는 경우: 사진에 대하여 아무런 설명 없이 방치한 경우.

■ 참고문헌

- 고영신 (2002). 유용한 선거보도란 어떤것인가?, 『완혼저널』, 84호, 10~11.
- 권혁남 (1997). 한국 언론과 선거보도. 서울: 나남.
- 권혁남 (2002a). 선거보도의 관행과 문제점. 언론중재위원회(2002.9.5), '선거보도의 새로운 패러다임 모색' 세미나.
- 권혁남 (2002b). 미디어 선거의 이론과 실제. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 김녕만 (1995). 보도사진의 불공정보도에 관한 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김동규 (2000). 사회 갈등에 관한 보도 및 시사토론 프로그램의 내용분석. 『언론학회』주최 2000년9월 KBS 세미나 발표논문. 53~82.
- 김성환 (2004. 12. 5). 칼럼니스트 취재원 분석을 통한 신문의 정치적 편향성 연구. 『미디어 오늘』, 5쪽.
- 김영기 (2002). 사회운동과 언론의 환경문제 구성하기, 『언론과 사회』, 11권1호, 45~90.
- 김영옥 (2002). 선거보도수첩. 한국언론재단, 11~18.
- 김옥조 (2001). 미디어 윤리. 서울: 중앙 M&B.
- 남경아 (2004). 신문1면 보도사진의 유형과 역할에 관한 연구. 한국의국어대학교 석사학위 논문.
- 박경모 (1994). 신문사진의 현실재구성에 관한 연구. 서강대학교 대학원 석사학위 논문.
- 박상수 (2000). 보도사진에 대한 내용분석 기법의 고찰. 2000년 『한국언론학회』봄철 정기학술대회, 154~166.
- 박선홍 외 (2001). 신문편집. 서울: 한국편집기자협회.
- 백선기 (1997). 제15대 총선 보도시의 가십기사 유형과 심층구조: 조선일보와 한겨레신문에 대한 분석을 중심으로. 『한국언론학보』, 41호, 41~107.
- _____ (1997). 한국 선거보도의 기호학. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 선거보도감시연대 (2008.10.17). Available: www.pcmr.or.kr
- 손석춘(1998). 언론개혁의 무기. 서울: 개마고원.
- 오마이뉴스 (2002.12.14). 물꼬 틀 것인가. 시기상조인가, Available: http://www.ohmynews.com/NWS_Web/view/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0000097091&PAGE_CD=
- 오병권 (2000). 신문 보도사진의 연출과 윤리성에 관한 연구. 전북대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이민웅 (1996). 한국 TV 저널리즘의 이해. 서울: 나남.
- 이효성 (2002). 선거보도 가이드라인 제정을 위하여: 선거보도 개선을 위한 이론적 논의와 제언. 『한국언론학회』세미나 발표 논문, 17~18쪽.
- 임양준 (2007). 한국신문의 사람면에 대한 보도형태와 특성연구: 4대 중앙일간지 사람면 박

- 스기사에 실린 대표인물을 중심으로. 『한국언론정보학보』, 40호, 249~286.
- 정석구, (2008.5.14). 김대중, 학생·중산층·지식인 독자 폭 더 넓혀야. 『인터넷 한겨레』, Available:
<http://www.hani.co.kr/arti/ISSUE/41/287656.html>
- 정경희 (2003). 신문보도 사진에 나타난 대선후보자 이미지 비교연구. 경북대학교 대학원 석사논문.
- 정연정·김위근(2004.12.15). 한국신문의 이념지형 보수우세. 『미디어오늘』, Available:
<http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=33001>
- 최윤희 (1999). 비언어 커뮤니케이션. 서울: 커뮤니케이션북스.
- Blackwood, R. (1983). The content of news photo: Roles portrayed by men and women. *Journalism Quarterly*, 60: 710~714.
- Boxter, W. S., Quarles, R. & Kosak, Q. (1992). *The effects of photographs and their size on recall of news stories*. Paper presented to the National Convention of the Association for Education in Journalism, Seattle, Washington, August, 1978.
- Buchanan, B. (1991). *Electing a president: The markle commission research on campaign '88*. Austin: University of Texas Press.
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. London: Routledge.
- Gans, H. (1979). *Deciding what's news: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Pantheon Book.
- Grabber, D. (1988). *Processing the news: How people tame the information tide*. 2nd ed., NY: Longman, Inc.
- Hofstetter, R.(1976). *Bias in the news-Network television coverage of the 1972 election campaign*. Columbus, OH: Ohio State University Press.
- James, W. T.(1932). A study of the expression of bodily posture. *Journal of General Psychology*, 7: 405~437.
- Mchugo, G., Lanzetta, G.,Sullivan, D., Masters, R., and Englis, B. (1985). Emotional reactions to a political leader's expressive displays. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49:1513~1529.
- Miller, S. (1975). Women's and men's role in news photos." *Journalism Quarterly*, 52: 70~75.
- Moriarty, S. E., & Garramone, G. M. (1986). A study of newsmagazine photographs of the 1984 presidential campaign. *Journalism Quarterly*, 63: 728~734.
- Moriarty, S. E., & Popovich, M. N. (1991). Newsmagazine visuals and the 1988 presidential election. *Journalism Quarterly*, 68: 371~380.
- Robinson, M., & Sheehan, M. (1983). *Over the wire and on TV*. NY: Russell Sage Foundation.
- Rosenberg, S., Kahn, S., and Tran, T. (1991). Creating a Political Image: Shaping appearance and manipulating the vote. *Political Behavior*, 12: 345~67
- Shoemaker, P., & Reese, D. R. (1996). *Mediating Message: Theories of Influences on Mass Media Contents*. New York: Longman: 김원용 (1997). 미디어 사회학, 서울: 나남.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: Free Press. 박홍수 역(1995). 『메이킹 뉴스: 현대사회와 현실의 재구성 연구』. 서울: 나남출판.
- Waldman, P., & Devitt, J. (1998). Newspaper photographs and the 1996 presidential election: The question of bias. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 75: 302~311.
- Wanta, W. (1988). The effects of dominant

photographs: An agenda-setting experiment.
Journalism Quarterly, Vol. 65, 107~111.

Woodburn, B. W. (1947). Reader interest in newspaper pictures. *Journalism Quarterly*, 24: 197~201.

[논문투고일: 2009.03.28
심사완료일: 2009.05.11
논문게재일: 2009.05.28 **]**

A Study of Newsmagazine Photographs of 2007 Korean Presidential Campaign

Yang June Im

Ph. D., Lecturer, Dept. of Mass Communication
Kyoungsung University

This study explores the main differences on the newspapers' photo coverage of the presidential candidates in terms of fairness and impartiality. For the research, the four major newspapers such as *Chosun Ilbo*, *Joongang Ilbo*, *Hankyoreh Shinmun*, and *Kyunghyang Shinmun* were analyzed. The results show that *Chosun Ilbo* has the highest ratio of reporting on the photos for the presidential candidates(29.5%), followed by *Kyunghyang Shinmun*(26.9%), *Hankyoreh Shinmun*(22.2%) and *Joongang Ilbo*(21.4%). In terms of the grand total size of the candidates' newspaper photos, *Kyunghyang Shinmun* was the outnumbered other daily newspapers with 28.9%, followed by *Hankyoreh Shinmun* (26.3%), *Chosun Ilbo*(22.6%), and *Joongang Ilbo*(22.1%). The research also shows that the newspapers' political stance influenced the photo coverage for the special candidates. For example, the conservative *Chosun Ilbo* reported more favorably both of Myoungbak Lee and Hyeochang, Lee, conservative political party candidates. However, *Kyunghyang Shinmun*, a progressive daily, reported more favorably Dongyoung Jeong and Kukhyun Moon, both of progressive political party candidates. Finally, the captions of all newspapers reporting candidate photos gave rarely a full explanations on the presidential campaigns or political-related events, but just a short briefings.

- Key words: Presidential Candidates, Political Candidates, Newspaper Photography, Presidential Election, Fairness and Impartiality