

제19대 대통령선거 TV토론의 설득전략 연구

이수범*·김용준** | 인천대학교

+ 국문요약 +

본 연구는 TV토론에서 후보자들의 수사전략과 이슈전략이 어떻게 나타나는지 알아보기 위해 19대 대통령선거 TV토론을 대상으로 내용분석을 하였다. 본 연구는 선거 캠페인의 핵심 미디어 중 하나인 TV토론에서 후보들이 유권자의 선택에 영향을 미치기 위해 어떠한 수사학적 설득 전략을 사용하는가를 베노이트와 하트콕의 기능 분석과 이슈 전략이라는 이론적 토대를 활용하여 분석하였다. 분석 결과, 후보들은 TV토론 당시 공격, 방어, 주장 순으로 수사 전략을 구사하는 것으로 나타났으며, 개인적 특성 이슈 전략보다는 정책 이슈 전략을 많이 사용하는 것으로 밝혀졌다.

I. 서론

지난 2017년 5월 9일, 대한민국 제19대 대선에서 당시 더불어민주당의 문재인 후보가 2위였던 자유한국당 홍준표 후보보다 무려 17.05%p 높은 41.1%p의 득표율을 얻으며 당선을 확정지었다. 두 후보 간 득표 차는 무려 557만 938표로 직선제가 처음 도입된 1987년 13대 대선 이래 가장 높은 수치이며, 득표율 격차로는 역대 두 번째로 높은 수치로 기록되었다(박상욱 2017, 5, 10). 이번 제19대 대선은 국내 역사상 최초로 대통령 탄핵 결정으로 인해 전례 없이 짧은 기간 동안 진행된 대선으로, 어지러운 국내 정세를 바로 잡을 수 있는 대통령이 누가 될 것인가에 전 국민적 관심이 집중된 선거이다. 더욱이 양자구도 혹은 3자구도 등으로 압축되어 후보 간 각축전이 이루어졌던 과거 대선과는 달리 이번 대선에서는 5자구조로 세분화되어 진행되었기 때문에 누가 대통령이 될 것인가를 예측하기란 쉽지 않았다.

지난 대선과는 달리 이번 대선은 홍보기간이 채 20일도 되지 않았었기 때문에 다양한 선거 캠페인이 실시되었다 할지라도 유권자가 5명의 후보를 검증할 수 있는 기회는 그리 많지 않았다. 때문에 여러 전문가들은 이번 대선에서 TV토론의 역할이 더욱 중요하게 작용할 것으로 예측하였으며, 이를 증명하듯이 중앙선거방송토론위원회가 주관했던 세 차례 TV토론의 평균 시청률이 35.2%¹⁾을 기록하기도 하였다(민병권 2017.04.19; 연합뉴스, 2017.04.24; 2017.04.29; 2017.05.03).

이처럼 오늘날의 정치는 ‘미디어 정치’라고 할 만큼 미디어를 이용한 정치 캠페인이 주류를 이루고 있다. 매 선거 때마다 다양한 미디어를 활용하여 정치 캠페인이 실시되고 있지만 TV토론은 여전히 중요한 위치를 점하고 있는 것이 현실이다. 이는 타 미디어에 비해 TV가 다양한 연령층에서 고루 소비되며, TV토론의 경우 전달할 수 있는 메시지와 정보의 양이 어느 캠페인 수단에 비해 월등히 많다는 장점이 있기 때문이다(Lee & Benoi 2005).

TV를 이용한 대표적인 선거 캠페인 방법 중 하나인 TV토론을 통해 후보자들은 자신의 의견을 주장하고 상대방을 공격하거나 상대방의 공격을 방어하는 일련의 과정을 통해 지지자들을 설득하게 된다. 반대로 유권자들은 TV토론을 시청함으로써 후보자의 정책과

1) 시청률조사회사 닐슨코리아에 의하면, 1차 토론 시청률 38.477%, 2차 토론 시청률 31.199%, 3차 토론 시청률 35.996%를 기록한 것으로 나타났다(연합뉴스, 2017.04.24; 2017.04.29; 2017.05.03).

능력에 대한 정보를 습득하고 각 후보자에 대한 태도를 형성하거나 강화하기 때문에 TV 토론은 유권자가 투표권을 행사하는 데 중요한 기준을 제공한다(이수범·우정민·신동숙 2007).

본 연구는 선거 캠페인의 핵심 미디어 중 하나인 TV토론에서 후보자들이 유권자의 선택에 영향을 미치기 위해 어떠한 수사학적 설득 전략을 사용하는가를 베노이트와 하트콕(Benoit & Harthcock 1999)의 기능 분석(Functional analysis)과 이슈 전략이라는 이론적 토대를 활용하여 분석하고자 한다. 기능 분석은 베노이트와 하트콕(Benoit & Harthcock 1999)에 의해 제기된 분석방법으로 TV토론의 수사를 기능적인 측면인 ‘주장(acclaims)’, ‘공격(attacks)’, ‘방어(defenses)’로 구분하여 분석하는 방법이다. 이와 더불어 후보자의 발화 주제를 ‘정책(policy)’ 이슈와 ‘인간적 특성(character)’ 이슈로 구분함으로써 후보자들이 TV토론에서 어떤 전략을 활용하여 유권자들을 설득하는지, 무엇을 말하고 있는지를 종합적으로 살펴보고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 선거 TV토론에서의 수사 전략

유권자 설득 방식 중 하나인 TV토론은 후보자 간 토론을 통해 정치적 공동체나 유권자 개인의 정책 결정에 영향을 미치기 위한 일종의 논증 과정이며(김환열 2000), 후보자들을 공개적인 대립상황으로 유도함으로써 유권자에게 ‘충돌’ 상황을 제공하는 독특한 선거 캠페인이다(Benoit & Wells 1996). 타 선거 캠페인과는 달리 TV토론은 후보자가 직접 본인의 공약을 설명하고 상대 후보자에게서 나타나는 정책의 문제점을 나열하는 등 실시간으로 상호경쟁 하는 모습을 제공한다는 데 특징이 있다. 유권자들은 시시각각 변화하는 토론 양상을 확인하며 후보자의 역량을 평가하기 때문에 후보자들은 토론을 통해 자신에 대한 부정적인 이미지를 탈피하고 유권자들이 자신을 지지하도록 설득하고자 한다(박연진·김관규 2016; 송종길 2004; Benoit & Harthcock 1999; Lee & Benoit 2005). 즉, 큰 틀에서 TV토론은 선거 후보자가 우호적 유권자를 확보하고 상대 후보자와의 경쟁에서 우위를 선점하기 위해 유권자들을 설득해 가는 일련의 과정이라 할 수 있다.

최근, 정치 캠페인 수단이 다양해지고 있으나 TV토론은 여전히 강력한 설득 수단 중 하나이다(Benoit & Harthcock 1999; Lee & Benoit 2005). 때문에 정치 커뮤니케이션 분야에서 후보자들의 수사 전략을 분석하는 연구는 국내·외를 막론하고 활발히 진행되어 왔다. 이때, 후보자들의 수사 전략을 파악하기 위한 분석방법으로 가장 많이 활용되는 것이 베노이트(Benoit)의 정치 캠페인 메시지 분석틀이다. 베노이트는 정치 수사를 목적(주장, 공격, 방어)과 주제(정책, 인간적 특성)로 유형화하여 정치 담론을 분석하였다(김관규·김춘식 2008).

베노이트는 TV토론을 연구하기 위한 후보자들의 수사 목적을 기능 이론(Functional Theory)에 기반하여 주장(acclaims), 공격(attacks), 방어(defences)의 세 가지 유형으로 구분하였다(Benoit & Harthcock 1999). 먼저 주장(acclaims or positive utterances, self-praise)은 자신이 해당 선거에서 당선되기에 적합한 인물이며, 당선 후 실시할 자신의 공약들을 강조하는 긍정적인 의미의 발언을 말한다. 주장은 다시 객관적으로 검증 가능한 사실을 주장하는 사실적(factual) 주장과 주어진 대상이 얼마나 바람직한가를 진술하는 가치적(value) 주장, 당면한 과제를 위해 향후 어떻게 나아가야 할 것인가에 관한 당위적 결론을 내리며 진술문의 성격인 지닌 방침적(policy) 주장으로 나뉜다.

공격(attacks or negative utterances, comments, criticism)은 공격적인 행동과 이러한 행동에 대한 비난이 해당 후보자에게 귀착(attribution)되어야 하기 때문에(박연진·김관규 2014) 특정 후보자를 대상으로 후보자의 개인적인 문제점이나 상대 후보자가 제시한 정책의 모순 및 한계 등을 지적하는 방식을 말한다. 공격에 대한 세부 유형으로는 비방(accusation, 흑색선전), 주관적(subjective) 공격, 사실적 공격이 있다. 비방은 객관적 사실에 기반하지 않은 중상, 비방 또는 흑색선전에 가까운 표현이며 주관적 공격은 비방에 비해 공격성은 약하나 개인적인 감정으로 상대방을 평가하는 내용이나 의견을 개진하는 것을 말한다. 사실적 공격은 앞의 두 공격 유형과는 달리 사실이나 근거에 기반한 논리적이고 객관적인 공격 방식이다.

마지막으로 방어(defenses, refutations of attacks)는 상대 후보자가 공격한 것에 대한 반응이나 이를 반박하기 위한 발언으로 공격에 의해 훼손된 명예를 회복하기 위해 사용하는 방법이다. 방어 또한 공격과 마찬가지로 사실적 방어와 주관적 방어로 구분되는데, 사실적 방어는 상대 후보자의 공격에 객관적인 사실이나 증거를 제시하면서 이를 논리적으로 반박하거나 부정하는 발언을 뜻하며 주관적 방어는 객관적인 자료 없이 단순히 이를 부정하거나 회피하는 내용의 발언을 말한다(김관규·김춘식 2008; Benoit & Harthcock 1999).

이처럼 화자의 언어적 메시지를 분석할 수 있는 베노이트의 기능 분석틀은 국내·외 정치 커뮤니케이션 분야와 관련한 다양한 주제에 적용되었다. 미국의 후보자 TV토론과 더불어 정치광고, 정치인 연설 등의 정치담론 분석에도 적용되었으며(Benoit & Brazel 2002; Benoit & Currie 2001; Benoit et al. 2002; Benoit & Harthcock 1999; Benoit & Wells 1996), 국내 역시 베노이트의 분석틀을 활용하여 후보자의 수사 전략에 대한 연구가 진행된 바 있다. 베노이트의 기능 분석틀을 사용하여 대선 TV토론을 분석한 연구들은 공통적으로 주장, 공격, 방어 순으로 수사 전략이 나타난다는 결과를 보이고 있다. 16대와 17대 대선 TV토론을 분석한 연구에서는 자신의 긍정적 측면을 강조하는 주장, 상대방의 부정적 측면을 강조하는 공격, 자신을 방어하는 방어 전략 순으로 후보들의 수사가 이루어진 것으로 나타났다(김춘식·송종길·이민규·전영란 2004; 김춘식·김관규·이영화 2008). 18대 대선 TV토론 역시 주장 전략이 가장 많이 활용된 것으로 나타나 앞선 연구와 유사한 결과가 도출되었으나 당시 비유력후보였던 이정희 후보에 한해서는 공격 전략이 주장 전략보다 빈번하게 관찰되어 후보별로 수사 전략에 차이가 있음을 밝혀내었다(박연진·김관규 2014).

이처럼 18대 대선 당시 이정희 후보의 수사 전략이 타 후보들과의 차이가 있음이 확인되면서 각 후보별 주장, 공격, 방어 전략의 차이를 확인하기 위한 후속 연구들이 진행되었다. 그 결과, 지지율이 낮고 도전자 입장에 있는 후보의 경우 공격 전략의 활용이 두드러지게 나타나는 반면, 지지율이 높고 집권 여당에 소속되어 있는 후보의 경우에는 상대적으로 방어 전략의 활용이 두드러지는 것으로 나타났다. 이 밖에 비유력후보의 경우에는 비교적 자유롭게 다른 후보를 비판하면서 자신을 알리는 전략을 많이 활용하기 때문에 다른 후보자에 비해 공격 전략이 상대적으로 높게 나타나는 경향을 보이기도 하였다(송종길 2004; 박기령·김재영 2014).

이처럼 각 후보자의 입장과 당시 상황에 따라 수사 전략의 차이가 발생할 가능성이 있기 때문에 본 연구의 분석 대상인 19대 대선에서도 선행연구에서 밝힌 바와 같이 후보자에 따른 주장, 공격, 방어 전략의 활용에 차이가 있을 것으로 예상할 수 있다. 더욱이 19대 대선은 기존의 양자구도, 3자구도가 아닌 5자구도로 치러진 선거이기에 후보자별 설득 전략이 어떠한 양상으로 나타나는지 살펴보는 것은 중요한 의미를 가진다. 이와 같은 문제의식을 바탕으로 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

〈연구문제 1〉 TV토론에서 후보자에 따라 나타나는 수사 전략은 어떠한 양적 차이를 보이는가.

2. 선거 TV토론에서의 이슈 전략

베노이트는 TV토론에서 나타나는 후보자들의 발언을 연구하기 위해 기능적 측면(주장, 공격, 방어) 뿐만 아니라 주제적 측면도 함께 다루었다. 기능 분석은 후보자들이 토론 과정에서 ‘어떠한 방식으로’ 공방을 하는지를 파악할 수 있는 분석방법이나 ‘어떠한 내용으로’ 공방이 진행되는지는 정확히 알 수 없다는 한계를 지니고 있다(박기령·김재영 2014). 그러므로 후보자의 수사 전략을 보다 세밀하게 분석하기 위해서는 수사 방식에 대한 차이와 함께 후보자와 관련한 내용, 다시 말해 후보자를 둘러싼 무수한 이슈 중, 어떠한 이슈를 가지고 상대방을 공격하거나 방어했는가를 알아보는 것이 필요하다.

선거에 출마한 후보자들의 궁극적인 목적은 당선이기 때문에 선거기간 중에 가장 중요한 이슈로부터 파생되는 내용을 공약으로 설정하여 유권자들의 지지를 구하게 된다. 전술한 바와 같이 TV토론은 후보자 자신의 정책을 유권자에게 설명하고 상대 후보자의 정책이나 발언 상의 문제점을 지적할 수 있는 경쟁의 장이기 때문에 후보자는 자신과 관련된 긍정적인 이슈나 상대 후보자의 부정적인 이슈를 강조하고 자신에게 부정적으로 작용할 가능성이 있는 이슈를 축소시키기 위한 전략을 구사한다. 후보자는 이슈 전략을 사용함으로써 자신의 이미지를 형성하는 것이 가능하며, 특정 전략에 의해 형성된 이미지는 유권자들이 후보자의 입장을 인지하는 것에 영향을 미치게 된다(Benoit & Currie 2001).

이렇듯, 이슈 전략은 후보자가 경쟁자와의 비교에서 우위를 점할 수 있는 하나의 무기로써 활용될 수 있다. 이슈 전략을 활용하여 TV토론 연구를 진행한 국내 연구들은 후보자들이 어떤 이슈를 주로 언급하는지, 상대 후보자에 따라 차이가 있는지를 알아내고자 하였다. 15대 대선 TV토론을 연구한 이남기(2001)는 대선 후보자들 모두 자신에게 유리한 이슈를 상대방에게 집중적으로 제시한 것으로 나타났다. 특히, 당시 후보였던 이인제 후보는 심판자적 입장에서 김대중 후보와 이회창 후보의 약점을 지적함과 동시에 자신은 기존의 정치구조와 정경유착, 부정부패 구조로부터 상대적으로 자유롭다는 점을 강조하면서 두 후보와의 차별화를 시도하였다. 또한 이수범 외(2007)는 2006년 서울시장 후보자였던 강금실 후보와 오세훈 후보의 전략을 분석한 결과, 두 후보 모두 여러 이슈들을 활용하여 토론을 실시하였으나 주로 교육 정책, 도시개발 문제(용산 신도시 플랜-뉴타운 건설), 강남-강북 양극화 현상 이슈를 주된 토론 주제로 삼아 상대방을 공격하거나 자신을 방어하는 것으로 나타났다. 앞서 언급한 두 선행연구는 당시의 시대적 상황과 특성에 부합하는 이슈 전략을 도출하기 위해 귀납적 방법을 활용하여 후보자들의 이슈 전략을 유목화하였다는 공통된 특징이 있다.

한편, 베노이트는 연역적 분석방법을 활용하여 토론에서 발생하는 발화의 주제를 정책(policy) 이슈와 인간적 특성(character) 이슈로 구분하여 연구를 진행하였다(Benoit & Harthcock 1999). 정책 이슈는 과거 정부의 정책이나 후보자 본인의 공약, 일반적 목표 등과 같이 후보자의 과거 또는 현재의 정치 행적에 관한 이슈를 말한다. 인간적 특성 이슈는 후보자 개인의 특성과 관련된 주제로 개인적 자질, 능력, 이념 등을 포함하는 개념이다. 베노이트는 유권자들은 후보자를 선택하는 기준으로 상기 두 가지 차원의 발화 주제를 활용한다고 언급하였다. 이러한 이슈 분석틀을 활용하여 미국의 대선 TV토론을 연구한 여러 선행연구들은 대다수의 후보자들이 인간적 특성 이슈에 관한 언급보다는 정책 이슈를 주로 활용하며 토론에 임한다고 분석하였다(Benoit, Blaney & Pier 1998; Benoit & Harthcock 1999; Benoit & Brazeal 2002).

박기령과 김재영(2014)은 18대 대선 TV토론에서 사용된 후보자들의 이슈 전략을 베노이트가 제시한 분석틀을 활용하여 정책 이슈와 이미지 이슈로 구분하여 연구를 진행하였으며 국내 TV토론을 통해 이슈 유형을 정리한 송종길(2004)의 연구를 차용하여 세부 이슈 전략을 구성하였다. 박기령과 김재영(2014)은 이슈 전략을 분석하기 위해 정책 이슈는 과거 정책, 공약, 시대·사회 상황으로, 이미지 이슈는 정치적 행위·발언, 소속정당·정부, 관련인물·단체, 개인적 문제, 토론 태도로 구분하였다. 분석 결과, 후보들은 전반적으로 정책 이슈를 이미지 이슈보다 많이 사용하는 것으로 나타났다. 그러나 1, 2차 TV토론에서 나타난 후보자의 이슈 전략의 결과와는 달리 3차 토론에서는 당시 후보자들이 이미지 이슈 전략에 치중하는 경향을 보이는 것을 밝혀내었다.

이렇듯 국·내외 여러 선행연구에서는 후보자의 특성에 따라서 이슈 전략이 다르게 활용된다는 점을 밝히고 있다(박기령·김재영 2014; Benoit & Brazeal 2002; Lee & Benoit 2005). 따라서 본 연구에서도 19대 대선이 치러지는 시대적 상황과 후보자의 입장에 따라서 TV토론에서 활용되는 이슈 전략이 달라진다고 가정하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

〈연구문제 2〉 TV토론에서 각 후보자에 따라 나타나는 이슈 전략은 어떠한 양적 차이를 보이는가.

III. 연구방법

1. 내용분석 과정

본 연구는 이번 19대 대선을 위해 4월 13일부터 실시된 모든 TV토론 중 중앙선거방송토론위원회 주관, 주요 후보자 초청 TV토론회(4월 23일, 4월 28일, 5월 2일)를 대상으로 분석을 실시하였다. 내용분석을 위해 중앙선거방송토론위원회 공식 홈페이지(www.debates.go.kr)에서 '토론회 다시보기'를 활용하여 각 차시별 영상 시청 후 직접 녹취록을 작성하였으며, 이를 토대로 수사 전략과 이슈 전략에 관한 분석을 실시하였다.

TV토론에서 언어적 메시지가 전달하는 주제와 의미는 단어와 문장의 조합으로 구성될 수 있다. 토론에서 나타난 후보자의 발언은 하나의 단어가 하나의 전략에 해당될 수 있으며 여러 문장이 하나의 전략에 해당할 수 있기 때문에(전영란 2007; 박연진·김관규 2016) TV토론을 분석한 기존 문헌들과 마찬가지로 후보자가 하나의 주제를 가지고 실시한 발언 하나를 분석 단위로 설정하여 연구를 진행하였다.

본 분석을 위한 분석 단위 결정 방법은 다음과 같다. 먼저, 각 후보자의 개별 발언 상황에서 주장, 공격, 방어 등의 수사 전략이 발견될 경우 이를 하나의 분석 단위로 구분하였다. 또한 1회 발언 중 다양한 수사 전략을 활용하여 발언할 시에는 특정 수사 전략의 시작 시점부터 종료 시점까지를 하나의 분석 단위로 보았다. 즉, 1회 발언에서 수사 전략이 2개 혹은 3개가 나타난다면 이를 모두 분할하여 각각의 분석 단위로 설정하였다. 만일 특정 후보자가 상대방의 발언에 단순 응답할 경우(ex. '그렇습니다.' 또는 '예.')나 발언의 방향이 상대 후보자가 아닌 사회자를 향한 경우에는 해당 발언의 전·후 맥락을 확인하고 연구자들의 합의를 거친 후 분석에 포함하거나 제외하였다.

이슈 전략은 수사 전략에 관한 분석 단위를 결정한 결과에 기반하여 분석을 진행하였다. 특정 후보자 간의 토론 상황에서 동일한 이슈를 활용하여 토론이 진행되기도 하나 특정 후보자가 상대 후보자를 공격하거나 상대 후보자의 공격을 방어하기 위해 여러 이슈들을 사용할 가능성이 있기 때문에 이슈 전략 역시 수사 전략에 기반한 분석 단위를 기본 분석 단위로 설정하였다. 다시 말해, 수사 전략에 의해 구분된 개별 분석 단위에서 나타나는 이슈 전략은 어떠한가를 분석하였다.

분석 단위 결정과 코딩은 본 대학 소속 대학원생 2명에 의해 실시되었으며, 코더 간 신뢰도를 위해 녹취록의 10% 정도를 무작위로 추출하여 각 유목에 관한 예비조사를 실시

〈표 1〉 분석 단위 현황

| | 문재인 | 홍준표 | 안철수 | 유승민 | 심상정 | 총계 |
|-------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|
| 1차 토론 | 94 (24.7%) | 93 (25.0%) | 97 (29.3%) | 91 (28.9%) | 93 (29.2%) | 468 (27.3%) |
| 2차 토론 | 127 (33.4%) | 130 (34.9%) | 112 (33.8%) | 116 (36.8%) | 119 (37.4%) | 604 (35.2%) |
| 3차 토론 | 159 (41.8%) | 149 (40.1%) | 122 (36.9%) | 108 (34.3%) | 106 (33.3%) | 644 (37.5%) |
| 합계 | 380 (100.0%) | 372 (100.0%) | 331 (100.0%) | 315 (100.0%) | 318 (100.0%) | 1,716 (100.0%) |

하였다. 홀스티 공식을 이용하여 신뢰도 검증을 실시한 결과, 84.7%의 유의할 만한 결과를 보였으나 일치하지 않은 코딩 내용으로 인한 분석의 오류를 최소화하기 위해 코더 간 합의를 충분히 거쳐 재코딩을 실시하였다. 그 결과, 최종 분석 단위는 1,716건으로 토론 시기별 세부 분석 단위는 1차 468개, 2차 604개, 3차 644개로 나타났다(〈표 1〉참고).

2. 분석 유목

1) 베노이트(Benoit)의 수사 전략

본 연구는 각 후보자의 수사 전략을 알아보기 위해 국내·외 연구에서 빈번하게 사용하는 베노이트의 여러 분석틀 중, 베노이트와 하트콕(1999)과 김연중(2009)의 연구에서 사용한 기능 분석틀을 활용하였다. 본 분석틀은 후보자의 수사 전략을 크게 주장, 공격, 방어로 구분하고 있으며 각 전략에 따른 세부 전략으로는 다음과 같다(〈표 2〉참고).

〈표 2〉 수사 전략의 유형 및 정의

| | 유형 | 정의 |
|----|--------|-------------------------------------|
| 주장 | 사실적 주장 | 객관적으로 검증 가능한 사실로서 과거 정책이나 현상에 관한 발언 |
| | 가치적 주장 | 발언자의 주관적 판단이나 소속 정당의 정치적 가치관에 관한 발언 |

| | | |
|----|--------|---|
| | 정책적 주장 | 향후 정책이나 공약적 주장, 혹은 구체적 수치보다는 당위적 주장에 관한 발언 |
| 공격 | 사실적 공격 | 사실이나 근거를 제시하여 객관적으로 상대방을 공격하는 발언 |
| | 주관적 공격 | 이념적, 시각적 차이를 강조하거나 감정적으로 상대방을 평가하는 발언 |
| | 비방 | 객관적 사실에 근거하지 않은 중상이나 비방에 가까운 표현과 관련한 발언이나 흑색선전 |
| 방어 | 사실적 방어 | 구체적이고 객관적인 증거를 제시하여 발언자의 공격을 방어하는 발언 |
| | 주관적 방어 | 객관적 사실에 근거하지 않고 상대방의 공격을 단순 부정하거나 포괄적으로 언급하는 발언. 또는 상대방의 공격에 대한 명확한 언급을 회피하는 발언 |

2) 이슈 전략

이슈 전략은 쉽게 말해 해당 발언의 주제(topic)가 무엇인지를 확인하기 위한 것으로, 베노이트와 브레질(2002)의 연구를 기반으로 후보자의 이슈 전략을 분석한 송종길(2004), 박기령과 김재영(2014)의 연구에서 사용한 분석 유목을 본 연구에 적용하였다. 이슈 전략은 크게는 정책적(policy) 이슈, 개인적 특성(character, 또는 이미지) 이슈로 나뉘며, 세부적으로 정책적 이슈는 과거 정책, 공약, 시대·사회상황의 세 가지로, 개인적 특성 이슈는 정치적 행위·발언, 소속 정당·정부, 관련 인물·단체, 개인적 문제, 토론 태도의 다섯 가지로 구분할 수 있다. 각 유목에 대한 세부 이슈 전략은 다음과 같다(〈표 3〉 참고).

〈표 3〉 이슈 전략 유형 및 정의

| 유형 | | 정의 |
|-----------|-----------|---|
| 정책 이슈 | 과거 정책 | 토론 시점에서 과거에 실행한 정책에 대해 직접적으로 언급 |
| | 공약 | 추후 대통령으로 당선될 경우 실행할 정책에 대해 직접적으로 언급 |
| | 시대·사회상황 | 시대 및 사회적 상황을 묘사하면서 간접적으로 상대 후보의 정책 비판 |
| 개인적 특성 이슈 | 정치적 행위·발언 | 후보자의 과거 정치활동이나 발언의 문제 또는 관련 사건의 언급 |
| | 소속 정당·정부 | 소속 정당이나 정부에서 발생한 사건 또는 동 정당원에 의해 발생한 사건의 언급 |
| | 관련 인물·단체 | 후보자 본인과 소속정당의 인물이 아닌, 제3의 개인 혹은 단체의 언급 |
| | 개인적 문제 | 후보자의 과거 사생활과 관련된 사안의 언급 |
| | 토론 태도 | 토론 진행 중 토론에 임하는 태도를 문제 삼는 언급 |

IV. 연구결과

1. 연구문제 1의 검증(후보자별 수사 전략의 차이 비교)

19대 대선 TV토론에 참여한 각 후보자들의 수사 전략의 양적 차이가 어떠한지를 <연구문제 1>로 설정하고 이를 검증하기 위해 교차분석을 실시한 결과, <표 4>와 같이 각 후보자마다 발언 시 수사 전략에 차이가 있는 것으로 나타났다($\chi^2=143.593, p=.000$). 후보자들의 전반적인 수사 전략을 살펴보면 주장과 방어의 총 발언 수는 각각 493회, 498회로 거의 동등하게 나타났으나 공격 총 발언 수는 725회로 타 수사 전략에 비해 약 1.45배에서 1.47배 정도 높은 것으로 나타났다. 다만, 수사 전략을 비교하는 데 있어 각 후보들마다 발언 시 수사 전략에 차이를 보이고 있는데, 당선이 유력한 후보였던 문재인 후보는 TV토론에서 방어 전략(171회)을 가장 주되게 사용하였으며, 홍준표 후보를 비롯한 나머지 후보들은 공격 전략(후보자 번호 순, 각 156회, 119회, 154회, 153회)을 많이 사용한 것으로 나타났다.

또한 문재인 후보와 나머지 후보들 간의 수사 전략 차이뿐만 아니라 공격 전략을 주로 사용한 네 후보 간에도 수사 전략의 차이를 보인다. 홍준표 후보는 공격 전략 다음으로 방어 전략(131회)을 많이 사용하였으며 유승민 후보와 심상정 후보는 주장 전략(각 101회, 133회)을 많이 사용하였다. 이에 비해 안철수 후보는 유승민 후보와 심상정 후보처럼

<표 4> 후보자별 수사 전략의 차이

| | 문재인 | 홍준표 | 안철수 | 유승민 | 심상정 | 총계 |
|----|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|
| 주장 | 66 (17.4%) | 85 (22.8%) | 108 (32.6%) | 101 (32.1%) | 133 (41.8%) | 493 (28.7%) |
| 공격 | 143 (37.6%) | 156 (41.9%) | 119 (36.0%) | 154 (48.9%) | 153 (48.1%) | 725 (42.2%) |
| 방어 | 171 (45.0%) | 131 (35.2%) | 104 (31.4%) | 60 (19.0%) | 32 (10.1%) | 498 (29.0%) |
| 합계 | 380 (100.0%) | 372 (100.0%) | 331 (100.0%) | 315 (100.0%) | 318 (100.0%) | 1,716 (100.0%) |

$\chi^2=143.593, df=8, p=.000$

주장 전략(108회)을 공격 전략 다음으로 많이 사용하였으나 후보자 개인의 수사 전략 간 빈도 차이는 그다지 크지 않은 것으로 나타났다.

각 후보들의 수사 전략을 크게 주장, 공격, 방어의 구분으로 확인해 본 것에서 한 단계 더 나아가 각 세부 전략의 차이는 어떠한가를 분석한 결과(〈표 5〉 참고), 주장과 방어는 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났으나 후보자 간 세부 공격 전략은 통계적으로 유의미한 차이를 보이는 것으로 나타났다($\chi^2=110.955, df=8, p=.000$).

먼저 유의미한 차이를 보이지 않았던 각 후보의 주장과 방어 전략 중, 주장을 우선 살펴 보면 모든 후보자가 정책적 주장 전략을 가장 많이 사용한 것으로 나타났다. 특히 문재인 후보(30회, 45.5%)와 유승민 후보(46회, 45.5%)는 전체 주장 전략 중 정책적 주장 전략을 무려 절반 가까이 사용한 것으로 나타나 두 후보가 자신의 정책을 설명하기 위한 발언

〈표 5〉 후보자별 세부 수사 전략의 차이

| | | 문재인 | 홍준표 | 안철수 | 유승민 | 심상정 | 총계 |
|--------------------------------|------------------------------|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|
| 주장 | 사실적 주장 | 25 (37.9%) | 26 (30.6%) | 26 (24.1%) | 21 (20.8%) | 36 (27.1%) | 134 (27.2%) |
| | 가치적 주장 | 11 (16.7%) | 29 (34.1%) | 41 (38.0%) | 34 (33.7%) | 45 (33.8%) | 160 (32.5%) |
| | 정책적 주장 | 30 (45.5%) | 30 (35.3%) | 41 (38.0%) | 46 (45.5%) | 52 (39.1%) | 199 (40.4%) |
| $\chi^2=13.161, df=8, p=.106$ | | | | | | | |
| 공격 | 사실적 공격 | 31 (21.7%) | 10 (6.4%) | 20 (16.8%) | 24 (15.6%) | 32 (20.9%) | 117 (16.1%) |
| | 주관적 공격 | 96 (67.1%) | 60 (38.5%) | 75 (63.0%) | 108 (70.1%) | 93 (60.8%) | 432 (59.6%) |
| | 비방 | 16 (11.2%) | 86 (55.1%) | 24 (20.2%) | 22 (14.3%) | 28 (18.3%) | 176 (24.3%) |
| $\chi^2=110.955, df=8, p=.000$ | | | | | | | |
| 방어 | 사실적 방어 | 40 (23.4%) | 26 (19.8%) | 24 (23.1%) | 11 (18.3%) | 2 (6.3%) | 103 (20.7%) |
| | 주관적 방어 | 131 (76.6%) | 105 (80.2%) | 80 (76.9%) | 49 (81.7%) | 30 (93.8%) | 395 (79.3%) |
| | $\chi^2=5.449, df=4, p=.244$ | | | | | | |

의 비중이 상당했던 것을 확인할 수 있었다. 세부 방어 전략 역시 모든 후보가 사실적 방어 전략을 구사하기 보다는 주관적 방어 전략을 사용하는 것으로 조사되었다.

반면에 후보자 간 세부 수사 전략의 차이에서 통계적으로 유의미한 결과를 보인 공격 전략은 대부분의 후보자가 주관적 공격 전략을 가장 많이 사용한 것으로 나타났으나 홍준표 후보만이 비방 전략을 가장 많이 사용하였으며 빈도 또한 전체 86회(55.1%)로 절반 이상을 차지하는 것으로 나타난 것이 분석 결과 확인되었다.

2. 연구문제 2의 검증(후보자별 이슈 전략의 차이 비교)

후보자별로 이슈 전략에 양적 차이가 있는지를 분석한 결과, 모든 후보가 정책 이슈 전략을 가장 많이 사용한 것으로 나타났다($\chi^2=63.888$, $df=4$, $p=.000$, <표 6> 참고). 전체 후보자 중 정책 이슈 전략을 가장 많이 사용한 후보는 문재인 후보로 총 286회(75.3%)의 정책 이슈 전략을 사용한 것으로 나타났으나 정책 전략의 비율이 가장 높았던 후보는 심상정 후보로 무려 85.2%(271회)로 나타났다. 또한 세부 수사 유형과 마찬가지로 타 후보와는 달리 홍준표 후보만이 이슈 전략에서 차이를 보이는데, 홍준표 후보는 인간적 특성 이슈(154회)보다는 정책 이슈(218회)를 많이 사용하였음에도 불구하고 각 전략의 비율이 각각 58.6%(정책적 이슈), 41.4%(인간적 특성 이슈)인 것으로 나타나 타 후보에 비해 격차가 그리 크지는 않았다.

후보자들의 이슈 전략들을 세부적으로 구분할 경우 그 차이는 어떠한지를 추가적으로 분석한 결과(<표 7> 참고), 모든 후보자가 정책 이슈 전략에서는 공약(823회, 67.0%)을

<표 6> 후보자별 이슈 전략의 차이

| | 문재인 | 홍준표 | 안철수 | 유승민 | 심상정 | 총계 |
|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|
| 정책 이슈 | 286 (75.3%) | 218 (58.6%) | 238 (71.9%) | 216 (68.6%) | 271 (85.2%) | 1,229 (71.6%) |
| 인간적 특성 이슈 | 94 (24.7%) | 154 (41.4%) | 93 (28.1%) | 99 (31.4%) | 47 (14.8%) | 487 (28.4%) |
| 합계 | 380 (100.0%) | 372 (100.0%) | 331 (100.0%) | 315 (100.0%) | 318 (100.0%) | 1,716 (100.0%) |

$\chi^2=63.888$, $df=4$, $p=.000$

〈표 7〉 후보자별 세부 이슈 전략의 차이

| | | 문재인 | 홍준표 | 안철수 | 유승민 | 심상정 | 총계 |
|--------------------------------|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 정책적 이슈 | 과거 정책 | 67 (23.4%) | 44 (20.2%) | 35 (14.7%) | 31 (14.4%) | 45 (16.6%) | 222 (18.1%) |
| | 공약 | 194 (67.8%) | 126 (57.8%) | 171 (71.8%) | 162 (75.0%) | 170 (62.7%) | 823 (67.0%) |
| | 시대· 사회상황 | 25 (8.7%) | 48 (22.0%) | 32 (13.4%) | 23 (10.6%) | 56 (20.7%) | 184 (15.0%) |
| | $\chi^2=38.550, df=8, p=.000$ | | | | | | |
| 인간적 특성 이슈 | 정치적 행위· 발언 | 67 (71.3%) | 68 (44.2%) | 40 (43.0%) | 41 (41.4%) | 31 (66.0%) | 247 (50.7%) |
| | 소속 정당·정부 | 14 (14.9%) | 21 (13.6%) | 22 (23.7%) | 36 (36.4%) | 3 (6.4%) | 96 (19.7%) |
| | 관련 인물·단체 | 0 (0.0%) | 15 (9.7%) | 3 (3.2%) | 4 (4.0%) | 5 (10.6%) | 27 (5.5%) |
| | 개인적 문제 | 7 (7.4%) | 28 (18.2%) | 23 (24.7%) | 14 (14.1%) | 5 (10.6%) | 77 (15.8%) |
| | 토론 태도 | 6 (6.4%) | 22 (14.3%) | 5 (5.4%) | 4 (4.0%) | 3 (6.4%) | 40 (8.2%) |
| $\chi^2=71.421, df=16, p=.000$ | | | | | | | |

가장 많이 사용하였으며, 인간적 특성 이슈에서는 정치적 행위·발언(247회, 50.7%)을 가장 많이 사용하는 것으로 밝혀졌다(정책 이슈: $\chi^2=38.550, df=8, p=.000$, 인간적 특성 이슈: $\chi^2=71.421, df=16, p=.000$).

각 후보자별 세부 이슈 전략을 살펴본 결과, 문재인 후보와 심상정 후보는 전반적인 세부 통계 결과와 같이 공약과 정치적 행위·발언을 가장 빈번하게 사용하는 것으로 나타났으나 홍준표 후보, 안철수 후보, 유승민 후보는 앞선 두 후보와는 달리 정책 이슈의 결과는 동일하나 인간적 특성 이슈에서 차이를 보이는 것으로 나타났다. 세 후보 모두 정치적 행위·발언의 비율이 절반을 넘지 않는다는 것이 공통된 특징이며 홍준표 후보는 개인적 문제(28회, 18.2%), 토론 태도(22회, 14.3%)를 비롯한 전반적인 인간적 특성 이슈를 고루 사용한 것으로 나타났다. 반면 유승민 후보는 소속 정당·정부(36회, 36.4%)와 정치적 행위·발언(41회, 41.4%)의 빈도 차이가 그리 크지 않은 것으로 나타났고, 안철수

후보는 개인적 문제(23회, 24.7%)와 소속 정당·정부(22회, 23.7%)의 두 가지 이슈 전략 비중이 상당하다는 것이 분석을 통해 확인되었다.

V. 결론 및 논의

본 연구는 대통령 탄핵으로 인해 실시한 5월 대선이라는 점과 국내에 처음으로 도입된 스탠딩 TV토론이라는 점에 주목하여 제19대 대통령선거 TV토론에서 각 후보자 간의 수사 전략과 이슈 전략의 양적 차이를 분석하는 데 중점을 둔 연구이다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

TV토론에 관한 수사 전략과 이슈 전략을 분석한 결과, 각 후보마다 세부 수사 및 이슈 전략에서는 차이가 있으나 각 전략의 전반적인 결과를 살펴보았을 때 수사 전략에서는 공격 전략을, 이슈 전략에서는 정책 전략을 후보자들이 가장 많이 사용하는 것으로 나타났다. 이처럼 TV토론 내 각종 전략에서 유의미한 결과들이 도출된 바, 각각의 연구 결과를 종합하여 유추해 볼 수 있는 심층적인 연구 결과는 다음과 같다.

먼저 수사 전략의 경우 지금까지의 TV대선토론을 연구하였던 여러 결과들과 동일한 결과를 보이나 수사 전략은 기존의 연구들(김관규·김춘식 2008; 박연진·김관규 2014, 2016; Benoit & Brazeal 2017; Benoit & Currie 2017)과는 다소 상이한 결과를 보인다. 기존 문헌들은 후보자에 대한 유권자의 지지 정도 및 각 선거의 당선여부, 선거 TV토론의 방식에 상관없이 주장 전략을 많이 사용하는 것으로 나타났으나 본 연구에서는 대부분의 후보자들이 가장 많이 사용한 수사 전략은 공격 전략이었다. 이번 19대 대통령선거에서 문재인 후보는 방어 전략을, 나머지 후보들은 공격 전략을 사용하면서 기존 연구들과의 차이를 보이는 것으로 나타났으며, 공격 전략을 사용한 각각의 후보 역시 상대 후보와 비교하여 별다른 차이가 없거나 특정 공격 전략을 타 후보에 비해 집중적으로 사용하는 등 후보자마다 차이를 보이는 것으로 나타났다.

이는 토론 참여자 수, 토론 방식 등의 선거 내적 요인이 아닌 대통령 탄핵이라는 특수한 상황이 맞물려 후보자들의 수사 전략에 강하게 작용하였을 것이라 미루어 짐작할 수 있다. 이번 대선은 탄핵으로 인하여 급하게 실시된 선거이니 만큼 후보자에게 있어 박근혜 정부의 문제점을 상기시키고 책임을 부과하며 본인이 대통령이 될 경우 이러한 문제점을

해결할 수 있다는 것을 유권자에게 설득시키는 것이 중요한 대선이였다. 또한 탄핵의 상징인 촛불과 광화문을 전면에 내세워 국민들의 바람을 이루어줄 수 있는 대통령이 후보자 자신이라는 점을 강력하게 호소해야만 했다. 실제로 이번 대선 TV토론을 살펴보면 진보 성향의 후보자들이 보수 성향의 후보자를 공격할 때 각 후보자의 정당이 과거 집권 여당에서 파생되었다는 점과 후보자 개인이 박근혜 정부에서 요직을 담당했다는 것을 문제 삼아 토론을 이끌었으며, 보수 성향의 후보자들은 진보 성향의 후보자들이 공격하였던 문제들의 파급력을 최대한 축소하고자 상대 후보자들의 정책적, 개인적인 문제점을 지적하는 방식으로 토론을 하였기 때문에 과거 선거 TV토론 보다는 각 후보자들의 공격 전략이 더 많이 발생하였을 것이라 해석할 수 있다.

또한 각 후보자의 수사 전략은 선거기간 중에 나타난 지지율 변화가 원인으로 작용하였을 가능성이 높다. 문재인 후보의 경우 이번 19대 대선에서 당선이 유력한 후보였기 때문에 나머지 후보들에게 집중 공격을 받아 방어 전략을 많이 구사하였으리라 예상할 수 있다. 이러한 맥락과 마찬가지로 유승민 후보와 심상정 후보가 상대적으로 공격 전략을 많이 사용한 것은 당선이 불가하다고 판단되는 비유력 후보였기 때문인 것으로 보인다. 그러나 공격과 방어에 비중이 높았던 세 후보와는 달리 홍준표 후보와 안철수 후보의 경우는 앞선 두 상황과는 다른 수사 전략을 보여주었다.

홍준표 후보의 경우 공격 전략 다음으로 방어 전략을 많이 구사한 것으로 나타났는데, 이는 홍준표 후보의 지지율이 지난 4월 17일 8.5%p를 기록한 이후 지속적으로 상승하여 5월 2일 19.6%p를 기록하며 전체 후보 중 지지율 2위를 기록하기도 하였다. 이처럼 홍준표 후보의 위치가 당선 비유력 후보에서 차순위 후보로 변화하였기 때문에 유권자의 지지율 상승과 맞물려 수사 전략에 영향을 주었으리라 판단된다. 세 전략 간 빈도 차이가 크지 않았던 안철수 후보는 홍준표 후보와는 정 반대로 4월 17일 34.6%였던 지지율이 5월 2일 17.8로 하락하면서 문재인 후보와 함께 양대 구도였던 대선의 판세가 1강, 2중, 2약으로 변화하였기 때문에 세 전략을 고루 사용했을 것이라 추측할 수 있다(YTN, 2017.05.03).

두 번째로 이번 TV토론에 참여했던 후보자들 모두 이슈 전략 중 정책 이슈, 그 중 공약 이슈를 가장 주된 이슈로 하여 상대 후보자와 토론을 진행하였으나 개인적 특성 이슈에서는 각 후보자마다 양적 차이를 보이는 것으로 나타났다. 각 후보자의 이슈 전략에 관한 특징적인 내용으로는 문재인과 안철수 후보의 자녀 문제, 문재인 후보의 적폐발언 및 동성애 발언, 유승민 후보와 홍준표 후보의 바른정당 소속 정치인의 대거 탈당 문제 등 후보자의 발언에 의해 또는 후보자를 둘러싼 개인적·정치적 이슈 등 다양한 개인적 이슈들이

존재하는 것으로 나타났다. 특히 홍준표 후보의 경우 문재인과 안철수 후보의 가정사를 집중적으로 공격하고 상대방의 토론 태도에 관한 공격을 하였다. 반면에 홍 후보는 과거 성범죄 모의나 경남도지사 재직 및 사퇴과정 등 자신과 관련된 이슈를 방어하기 위해 노력하는 등 개인적 이슈에 가장 많은 영향을 받은 것으로 나타났다.

그러나 각 후보들의 이슈 전략 사용의 차이는 결과 그대로 나름의 의미를 가져오기도 하나 TV토론을 통해 나타나는 유권자 반응을 고려하였을 때 보다 깊은 논의를 도출할 수 있다. 트위터 상의 유권자 반응을 살펴보면 각 후보자의 정책적인 내용이 아닌 개인적인 이슈나 TV토론 과정 내 후보자의 발언에 의한 내용이 상당수를 차지하였다. 예컨대, 유승민 후보의 3차 토론 마무리 발언 중 이순신 장군을 언급했던 마무리 발언, 안철수 후보의 MB 아바타와 갑철수, 문재인 후보의 동성애와 적폐, 심상정 후보의 보통 시민의 행복한 조건 등이 확산되었다. 즉, 이슈 전략과 유권자의 반응을 연결지어 보면 후보자들이 정책 전략을 주로 사용하였음에도 불구하고 유권자들이 주목하였던 것은 개인적 특성 이슈이며 더욱이 TV토론에서 발생하는 각 후보자들의 발언과 토론 태도라는 점이다.

이러한 결과는 특정 정당이나 정치인이 오랫동안 반복적으로 일정한 성과를 이루어 유권자들로 하여금 특정 이슈를 떠올렸을 때 유권자가 특정 정당이나 정치인을 떠올리는 것을 말하는 이슈 소유권(issue ownership)(이수범 외 2007; Petrocik 1996)과 후보자 본인이 긍정적인 평판을 유지할 수 있는 이슈를 선택적으로 강조함으로써 소유한 이슈가 유권자들에게 중요한 이슈로 자리 잡을 수 있도록 노력하고 경쟁 후보자에게 불리한 이슈를 제시한다는 신과 김(Shin & Kim 2017)의 주장을 함께 고려해 볼 필요가 있다.

기존 연구에서 의하면, 언급된 후보자의 이슈 소유권과 이로 인한 효과는 특정 이슈를 선택함으로써 해당 후보자에게 긍정적인 영향을 미친다는 내용이다. 그러나 이번 19대 대선 TV토론은 문재인 후보를 제외한 나머지 후보자가 본인을 위해 제시한 이슈의 대부분이 오히려 본인에게 부정적인 결과를 낳았다. 또한 이슈에 관한 기존 학자들의 주장은 정책 이슈에 해당하는 내용이 주류를 이루고 있으나 실제 유권자의 반응은 개인적 특성 이슈에 의해 나타났다. 본 연구에서 제시한 분석 결과는 수사 전략의 결과와 마찬가지로 후보자의 이슈 전략을 연구한 선행연구들과도 차이를 보이고 있다. 결론적으로 후보자의 이슈 전략에 있어서 정책 이슈뿐만 아니라 개인적 특성 이슈 역시 TV토론을 시청하는 유권자에게 상당한 영향을 미친다는 것으로 해석할 수 있다.

후보자의 수사 전략을 파악하였다는 본 논문의 긍정적인 면에도 불구하고 본 연구는 19대 대선만을 활용하여 분석함으로써 타 선거 TV토론과의 비교를 실시하지 않았다는 점과 선행연구들이 분석을 위해 사용하였던 토론 방식, 참여자 수, 지지율 등의 다양한

유목들을 활용하지 못하였다는 점은 한계로 들 수 있다. 특히 각 후보자의 토론 차수별 수사 및 이슈 전략의 변화와 각 후보자 간의 방향성을 고려하지 않았던 것은 본 연구의 주된 한계이다. 후속 연구에서는 각 후보자 간의 수사 및 이슈 전략의 차이를 분석하는데 있어 상기의 유목들을 적절히 활용한다면 보다 풍부한 논의가 가능할 것이다.

참·고·문·헌

- 김관규·김춘식. 2008. “2007년(제17대) 대통령선거 TV토론의 설득적 전략 분석.” 『언론과학연구』 8-2, 51-83.
- 김연중. 2009. “제18대 국회의원선거 TV 방송토론의 형식과 내용.” 『스피치와 커뮤니케이션』 11, 254-292.
- 김춘식·김관규·이영화. 2008. “2007년 대통령선거 텔레비전 토론에 나타난 후보자의 캠페인 수사 분석.” 『방송통신연구』 66, 131-159.
- 김춘식·송종길·이민규·전영란. 2004. “제16대 대통령선거 후보자의 TV토론 수사분석: Benoit의 정치캠페인 수사분석틀 적용.” 『방송문화연구』 16-2, 139-171.
- 김환열. 2000. 『TV 토론의 이해』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 민병권. 2017.04.19. “[대선후보 TV토론회 효과는 검증시간 빠듯… 역대 어느 선거보다 큰 영향.” <http://www.sedaily.com/NewsView/1OEPJTWILY>
- 박기령·김재영. 2014. “제18대 대통령후보 TV토론에 나타난 후보들의 수사 분석.” 『스피치와 커뮤니케이션』 23, 107-138.
- 박상욱. 2017.05.10. “[19대 대통령 문재인] 文 득표율 41.08%… 1·2위 표차, 직선제 도입 이래 최다.” <http://news.join.com/article/21557646>
- 박연진·김관규. 2014. “TV토론의 후보자 설득 전략과 효과에 관한 연구.” 『언론과학연구』 14-4, 77-105.
- _____. 2016. “선거방송토론에서 나타난 후보자의 설득전략.” 『방송문화연구』 28-1, 121-152.
- 송종길. 2004. “2002년 대통령후보 텔레비전 토론에서 나타난 수사학적 토론전략 연구.” 『한국언론학보』 48-2, 108-137.
- 연합뉴스. 2017.04.24. “23일 대선후보 토론 생중계 시청률 38%.” <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2017/04/24/0200000000AKR20170424017300005.HTML?input=1195m>
- _____. 2017.04.29. “28일 대선후보 토론 생중계 시청률 31.199%.” <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2017/04/29/0200000000AKR20170429021500005.HTML?input=1195m>
- _____. 2017.05.03. “2일 마지막 대선후보 토론회 생중계 시청률 35.996%.” <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2017/05/03/0200000000AKR20170503023600005.HTML?input=1195m>
- 이남기. 2001. “TV토론에 나타난 후보자의 수사학적 전략에 관한 연구: 제15대 대통령 선거 TV토론을 중심으로.” 성균관대학교 대학원 신문방송학과 박사학위논문.
- 이수범·우정민·신동숙. 2007. “TV토론에 나타난 후보자들의 설득전략연구: 2006년 서울시장 TV토론을 중심으로.” 『스피치와 커뮤니케이션』 7, 38-75.
- 전영란. 2007. “TV토론에 나타난 선거 캠페인 修辭에 관한 분석: 대통령 선거와 서울시장 선거를 중심으로.” 한국외국어대학교 대학원 신문방송학과 박사학위논문.

YTN. 2017.05.02. “홍준표 ‘상승’·안철수 ‘하락’ … 지지율 교차.” http://www.ytn.co.kr/_ln/0101_201705032206263984

- Benoit, W. L., J. R. Blaney, and W. T. Wells. 1996. *Candidates in Conflict: Persuasive Attack and Defence in the 1992 Presidential Debates*. Tuscaloosa: The University of Alabama Press.
- Benoit, W. L., J. R. Blaney, and P. M. Pier. 1998. *Campaign'96: A Functional Analysis of Acclaiming, Attacking, and Defending*. Westport: Greenwood Publishing Group.
- Benoit, W. L., J. R. Blaney, and A. Harthcock. 1999. “Functions of the Great Debates: Acclaims, Attacks, and Defenses in the 1960 Presidential Debates.” *Communication Monographs* 66, 341-357.
- Benoit, W. L., J. R. Blaney, and H. Currie. 2001. “Inaccuracies in Media Coverage of the 1966 and 2000 Presidential Debates.” *Argumentation & Advocacy* 38, 28-39.
- Benoit, W. L., J. R. Blaney, and L. M. Brazeal. 2002. “A Functional Analysis of the 1988 Bush-Dukakis Presidential Debates.” *Argumentation & Advocacy* 38, 219-233.
- Benoit, W. L., J. R. Blaney, P. M. Pier, L. M. Brazeal, J. P. McHale, A. Klyukovski, and D. Airne. 2002. *The Primary Decision: A Functional Analysis of Debates in Presidential Primaries*. Westport: Praeger.
- Chadwick, A. 2011. “Britain’s First Live Televised Party Leaders’ Debate: From the News Cycle to the Political Information Cycle.” *Parliamentary Affairs* 64, No.1, 24-44.
- Lee, C., and W. L. Benoit. 2005. “A Functional Analysis of the 2002 Korean Presidential Debates.” *Asian Journal of Communication* 15, No.2, 115-132.
- Petrocik, J. R. 1996. “Issue Ownership in Presidential Elections, with a 1980 Case Study.” *American Journal of Political Science* 40, No.3, 825-850.

| |
|--|
| 접수일자: 2017년 10월 13일, 심사일자: 2017년 11월 24일, 게재확정일: 2017년 12월 13일 |
|--|

[Abstract]

Analysis of Persuasion Strategies in the Televised Debates for the 19th Korean Presidential Election

Lee, Soobum · Kim, Yongjun | Incheon National University

In order to examine to what extent the candidates' rhetorical strategies employed televised debate, this study analyzed the content of TV debate in the Presidential election campaign. More specifically, this article explored rhetorical persuasion strategy that candidates conducted in the 19th Presidential election debates based on Benoit and Harthcock's functional analysis and issue strategy, as an analytical framework. This study found that candidates focused more on policy than they did in the debates, and increased their use of attacks.

■ Keyword: Presidential Election, Television Debate, Rhetorical Strategy, Issue Strategy

