

대통령선거 보도, 저널리즘 기본원칙 및 민주주의 기능의 상실

김 춘 식 교수

한국외국어대학교 미디어커뮤니케이션학부

chunsik@hufs.ac.kr

목차



1. 민주화 이후 대통령선거 보도 관행
2. 대통령선거 보도 관행이 저널리즘에 던지는 함의
3. 2022년 대통령선거 보도의 특징
4. 2022년 대통령선거 보도 평가
5. 민주주의 정치 과정과 저널리즘

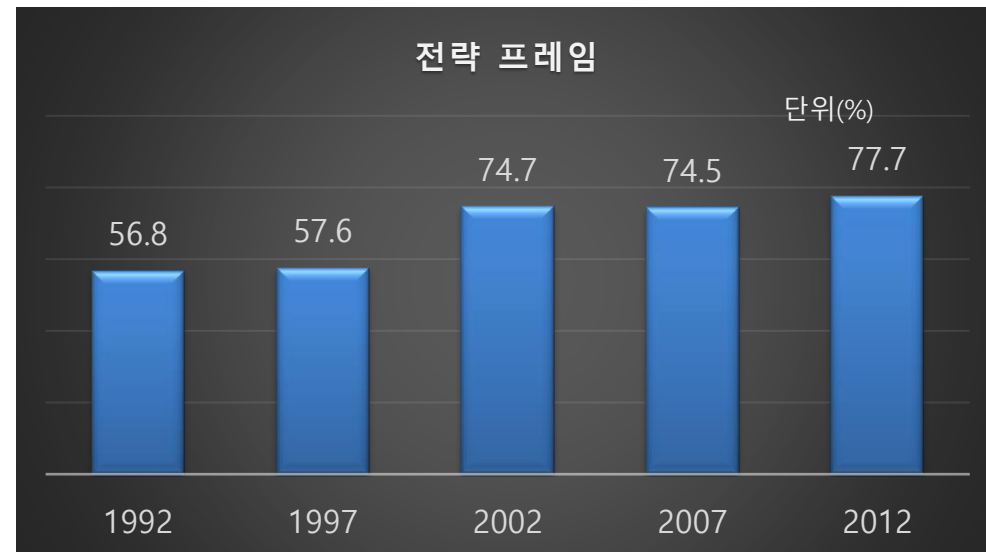
1. 민주화 이후 대통령선거 보도 관행

1) 전략적 관점에서 단순 사실을 전하는 경마저 줄어들음

- 정당·정치인의 정책 입장보다 선거 캠페인에 나선 후보자의 말과 행동에 더 주목하고 현장 분위기 등을 스트레이트 기사로 전달
- 연구1) 종이신문의 대통령선거 보도(1992년~2012년): 박재영·박성호·안수찬(2014)의 연구
 - ✓ 조선일보, 중앙일보, 한겨레 3개지 분석(1,007건)
 - ✓ 이슈프레임(기사를 전개하는 기본 틀이 후보자의 정책과 공약, 후보 간 쟁점, 사회 현안과 해결책 등인 경우)과 시민 프레임(기사를 전개하는 기본 틀이 민심, 시민의제, 시민들 간의 담론인 경우)을 채택한 기사가 매우 적었다.
 - ✓ 전략프레임(기사를 전개하는 기본 틀이 후보자의 개인 신상, 후보자의 동정, 선거유세, 상대방 비방, 폭로, 여론조사 결과, 판세 분석 등인 경우)을 채택한 기사의 비율이 1992년 56.8%, 1997년 57.6%, 2002년 74.7%, 2007년 74.5%, 2012년 77.7%를 차지했다.

✓ 전략프레임 증가 추세에서 두 가지 특징을 찾을 수 있다.

- 하나, 2002년 새천년민주당이 대통령후보 선출을 위한 국민경선제를 도입한 이후 크게 증가
- 둘, 전략 프레임을 채택한 선거 기사가 전체에서 약 70%를 상회하여 언론이 선거를 바라보는 시각의 전형이 됨



*출처: 박재영·박성호·안수찬(2014). 대통령 선거 보도의 기사품질, 심층성, 공공성의 변화: 1992-2012년 국내 주요 신문의 경우. <방송문화연구>, 12권, 33-66. 분석대상지별 비율을 합산한 후 평균하여 그래프를 제작

• 연구2) 제19대 대통령선거 보도: 민영·채영길·김현정·유용민(2017)의 연구

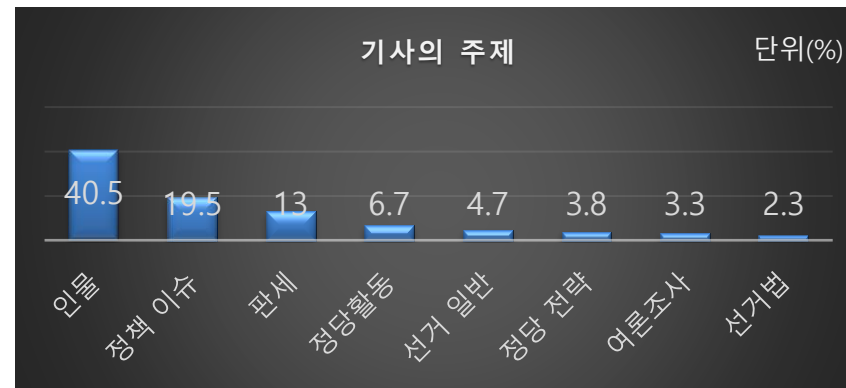
✓ 신문과 방송뉴스 3,291건 분석

✓ 스트레이트 기사의 비율이 64.4%: 방송(70.0%)이 신문(59.6%)보다 높았음

✓ 기사의 주제

- '인물'(인물 배경, 동향, 자질 및 검증발언, 갈등근거확인, 공적 특성, 단순동정, 검증없는 폄하, 후보자 간 비방, 소속정당강조, 개인적 특성)
- '정책/이슈'(정책이슈검증, 정책공약비교, 유권제제안반영, 선거참여독려, 무비판적 공약나열, 정치적 대립, 홍보성정책 나열, 선거무관심조장)
- '판세'(국민갈등조장, 대결구도판세, TV토론경마식보도, 정치사회적 반향, 분석적 판세, TV검증토론)
- '정당 활동'(정당절차, 공식행사, 동정, 상대 정당 및 후보 공방, 정당 간 논평)
- '선거 일반' / '정당 전략'(캠페인 전략, 선거대책수립) / '단순 여론조사' / '선거법'

※ 분석유목 개념 정의가
연구마다 상이할 수 있다
는 점을 고려해야 함

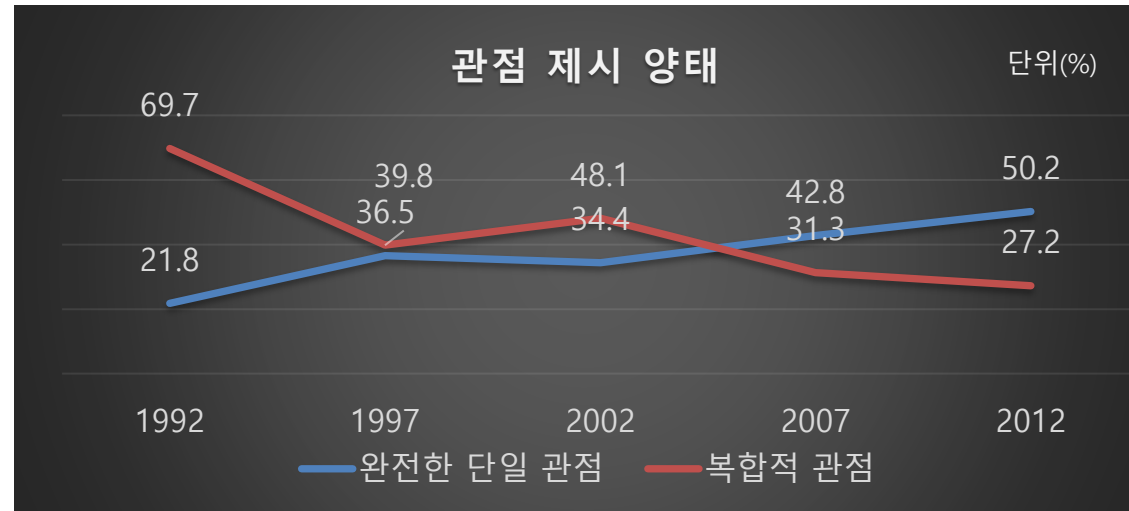


*출처: 민영·채영길·김현정·유용민(2017). <2017년 대선 보도 및 선거 뉴스 유통 연구>. 서울 한국언론진흥재단.

분석결과 수치를 토대로 그래프를 제작

2) 엘리트의 '단일 관점'에서 선거를 묘사

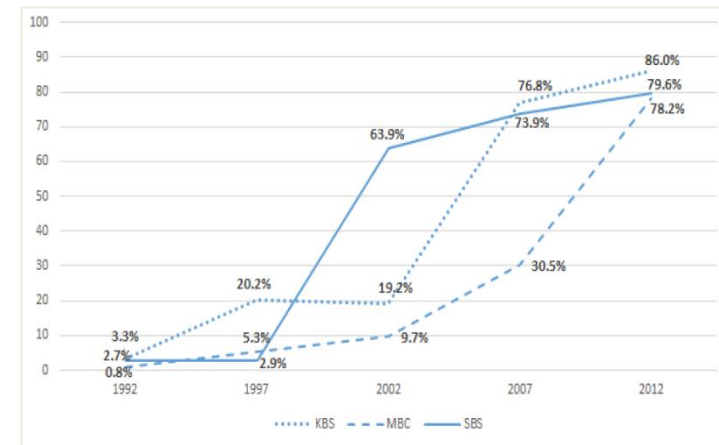
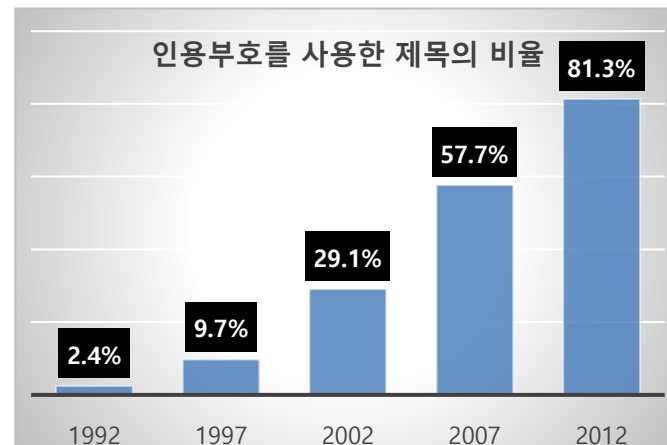
- 선거 시기에 단일 관점에 의존해 정치적 사건을 묘사하는 기사가 과거에 비해 크게 늘었다.
- 가령, 앞서 인용한 박재영 등의 연구에 따르면 '완전히 단일 관점'(다른 견해에 대한 아무런 언급조차 없는 경우)에서 묘사한 기사의 비율이 1992년에 21.8%였지만 2012년에는 50.2%로 2.3배 증가했다.
- '복합적 관점'(하나의 견해가 기사의 3분의 2 이상을 구성하지 못하는 경우)에서 조명한 기사는 69.7%에서 27.2%로 급감했다.
- 기사에 인용된 취재원 발언의 경우, 엘리트 취재원의 직접 인용구가 압도적으로 많았으며 이 가운데 많은 것들이 후보자의 직접 인용구였다.



*출처: 박재영·박성호·안수찬(2014), 대통령 선거 보도의 기사품질, 심층성, 공공성의 변화: 1992-2012년 국내 주요 신문의 경우. <방송문화연구>, 12권, 33~66. 분석대상지별 비율을 합산한 후 평균하여 그래프를 제작

3) 인용부호를 활용하여 의혹 제기나 폭로를 중계

- 민주화 이후 실시된 다섯 차례의 대통령선거에서 정치적 갈등에 높은 뉴스가치를 부여하고 특히 기사 제목에 인용부호를 사용하여 정당·후보 간 상호 비방과 폭로 양태를 실시간으로 중계하는 경향성이 두드러졌다.
- 선거에 적지 않은 영향을 미친 사건을 다룬 기사의 제목에 인용부호가 사용된 비율이 1992년에는 2.4%였지만 2012년에는 81.3%로 급증했다.
- 2012년 대통령선거에서 인용부호를 사용한 기사 제목의 비율은 방송사 간에 큰 차이를 보이지 않았다.
- 기사의 제목에 자주 등장한 취재원은 다음 아닌 의혹을 제기하거나 이에 반박하는 이들, 혹은 사건 수사를 담당한 검찰이었다.



*출처: 김춘식 (2017). 민주화 이후 대통령선거 보도 관행과 방송의 민주주의 기능의 퇴행. <언론과 사회>, 25권 3호, 118쪽과 121쪽에서 인용. 원 저작권자의 모든 권리가 보호됨.

<분석에 사용된 정치적 쟁점>

대통령선거	쟁점	시기구분			구분
		발생일	공식선거기간	분석종료시점	
14대	‘초원복국집사건’	1992.12.15.	1992.11.20.~12.17.	1993.12.31.	선거부정
	현대그룹 선거개입	1992.09.16.			선거부정
	남한 조선노동당 사건	1992.09.07.			색깔론
	‘한준수 연기군수’ 부정선거 폭로	1992.08.31.			선거부정
15대	이회창 후보 아들 병역비리 의혹	1997.07.21.	1997.11.26.~12.17.	1998.12.31.	도덕성
	DJ 비자금 의혹	1997.10.07.			도덕성
16대	‘김대업’ 사건	2002.05.20.	2002.11.27.~12.18.	2003.12.31.	도덕성
17대	BBK 주가조작 사건	2007.06.06.	2007.11.27.~12.18.	2008.12.31.	도덕성
18대	노 대통령 ‘NLL 포기발언’	2012.10.09.	2012.11.27.~12.18.	2013.12.31.	색깔론
	‘국정원 댓글 사건’	2012.12.12.			선거부정

2. 대통령선거 보도 관행이 저널리즘에 던지는 함의

1) 기자들의 객관주의 저널리즘 실천

- 첫 번째와 세 번째 관행은 객관적인 저널리즘 실천과 관련이 있다.
- 뉴스 사회학자 섯슨의 설명 (Schudson, 2003)
 - ✓ 기자들이 정치와 거리를 두고 뉴스에서 의견을 배제하려다 보니 자연스럽게 정책이 아닌 캠페인 전략과 전술에 주목하게 된다(첫 번째 관행).
 - ✓ 뉴스가 작성된 절차를 설명하기 위해 취재원의 발언을 인용하여 이를 기사에 제시하는데 이 과정에서 기자가 특정 정당을 편들지 않는다는 것을 강조하기 위해 상대방의 입장도 함께 인용하여 이를 제목에 병렬 배치한다(세 번째 관행).
 - ✓ 미디어가 지나치게 객관성에 집착하게 되면서 바람직하지 못한 선거 뉴스 생산 관행이 파생되었다.
 - ✓ 이러한 관행은 정치인의 이미지 프로모션에 협조하는 선거 기사를 생산하게 한다고 비판한다.

2) 언론인의 '뉴스' 개념에 대한 인식

- 두 번째 관행을 통해 언론인들의 뉴스에 대한 관념(idea)을 엿볼 수 있다.
 - ✓ 보도자료의 내용과 취재원의 발언을 구체적인 검증절차 없이 기사화 한다(김춘식·이강형, 2021).
 - ✓ 편집자와 기자가 정치인과 유권자 간 직접 소통 방식에 주목하자 뉴스 편집실의 의사 결정과정에서 즉시성(immediacy)은 중요한 요소가 됐다.
 - ✓ 즉시성이 중시되면서 게이트키퍼 과정이 느슨해지고 취재원 의존도가 이전보다 더 높아졌다(Livingstone & Bennett, 2003).
 - ✓ 노출 경쟁이 치열한 온라인 뉴스 생태계에서 기자의 역할은 환경감시자가 아닌 콘텐츠 제공자(content provider) 혹은 전달자(transmitter)로 변모했다.
- (적어도 온라인 공간에서는) '사실 확인'과 '취재원 간 교차검증'이라는 저널리즘의 기본원칙은 사라졌다.
- 이는 결국 언론의 민주주의 기능의 상실로 귀결된다.

3) 정치와 언론의 관계: 공생관계에서 종속관계로 변모

- 학자들은 정치인과 언론의 공생관계가 뉴스에 포함될 내용들을 결정하고, 생산된 뉴스는 유권자의 반응을 이끌어 낸다고 설명한다(Jacobs & Shapiro, 2011).
 - ✓ 정치인들은 유권자에게 메시지를 전할 수 있는 통로(언론)가 필요하고,
 - ✓ 언론은 많은 클릭 수를 유발하는 흥미로운 기사를 쓰기 위해 정치인 취재원에 대한 접근권을 원한다.
- 선거 국면에서 두 번째와 세 번째 관행이 결합할 때 매우 우려할 만한 현상이 나타날 수 있다.(김춘식, 2021)
 - ✓ 가령, 어느 한 정당이 경쟁 정당의 후보를 공격하기 위해 '의혹'을 제기하면 기자는 특정 정당 취재원의 발언을 인용하여 이를 집중적으로 보도하는 경향이 있다.
 - ✓ 이러한 보도방식은 '의혹'을 선거 의제로 전환(의제설정 효과)시켜 특정 후보를 긍정적 혹은 부정적으로 평가하도록 유도(점화효과)할 수 있다.
 - ✓ 2002년 '김대업 사건'과 2012년 '노무현 대통령 NLL 폐기 발언'이 대표적인 사례이다.

3. 2022년 대통령선거 보도의 특징

1) 전략 프레임에 입각한 선거 과정 묘사

- 집권여당(2021.6.28~10.10)과 제1야당(2021.8.30~11.5)의 후보자 예비등록 시작일부터 후보 선출일까지 대통령선거 보도는 전략적 프레임을 채택하는 경향이 있다.
- 예전처럼 이번 경선에서도 상대방을 깎아 내리는 후보자 간 설전이 치열하게 전개됐고 선거를 게임으로 간주하는 언론은 지금껏 그랬던 것처럼 네거티브 캠페인을 충실하게 전달했다.
 - ✓ 싸움구경이 재미있듯이 경마 보도가 사람들의 관심을 끄는 유용한 기사 작성법일 수 있지만 유권자의 합리적 선택에는 아무런 도움이 되지 않는다.
 - ✓ 오히려 유권자로 하여금 평소에 가진 호감에 따라 후보를 선택하게 하는 피상적 판단(superficial judgment)에 머물게 한다.



<http://www.ggeco.co.kr/news/article.html?no=112845>



<https://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=5376885&ref=A>

[배종찬의 빅데이터] '대장동'이 차기 대통령을 결정한다

<http://www.dailyimpact.co.kr/news/articleView.html?idxno=72048>

2) 여론조사에 의존한 경매저널리즘

- 20대 대통령선거 여론조사 점검 결과
 - ✓ 대부분의 여론조사는 응답자의 편향성에서 벗어나지 못한 ARS 방식에 의존한다.
 - ✓ 19대 대선에 비해 유선전화 ARS 여론조사는 감소했지만 무선전화 ARS 여론조사는 크게 늘었다.
 - ✓ 반면, 상대적으로 고품질의 조사결과를 얻을 수 있는 무선전화 면접 여론조사는 19대 대선에 비해 감소했다.
 - ✓ ARS 조사 응답자들은 여타 유권자에 비해 정치관심도 및 투표의도가 상대적으로 높다(편향적인 응답자).
 - ✓ 그럼에도, 중앙일간지의 여론조사 보도 중에 조사방식을 언급한 기사는 10%에 불과하다(‘빅카인즈’ 서비스).
 - ✓ 조사방식을 언급도 ‘전화 면접’은 자주 언급되지만 ‘ARS’는 거의 언급되지 않는다.

	ARS (유선)	ARS (무선)	전화 면접 (유선)	전화 면접 (무선)	전체 조사 참여 응답자	
제19대 대선 전체(172일) (2016.11.20.~2017.5.9.)	55,551(12%)	175,882(36%)	61,029(13%)	148,478(31%)	482,651	
제20대 대선 일부(145일) (2021.7.1.~2021.10.15.)	10,107(5%)	141,174(65%)	4,310(2%)	57,414(26%)	218,036	
제19·20대 대선 기간 여론조사 조사 방식별 응답자 규모 비교 ⁵						
	조사 방식 언급				언급 없음	전체 보도 건수
	ARS	ARS & 전화 면접	전화 면접	소계		
제19대 대선 전체(172일) (2016.11.20.~2017.5.9.)	70[24.2%]	10[3.5%]	209[72.3%]	289(10.0%)	2,605(90.0%)	2,894
제20대 대선 일부(145일) (2021.7.1.~2021.10.15.)	55[23.1%]	30[12.6%]	153[64.3%]	238(12.8%)	1,615(87.2%)	1,853
제19·20대 대선기간 중앙일간지 정치 섹션의 여론조사 보도 기사 조사 방식 언급 비교						

*출처: 백영민 (2021). 여론조사 보도 점검: ARS 조
사에 의존하는 여론조사 보도. <신문과 방송>, 612
권, 15쪽에서 인용. 원 저작권자의 모든 권리가
보호됨

2) 여론조사에 의존한 경마저널리즘

- 20대 대통령선거 여론조사의 특징

(*출처: 2022 대선미디어감시연대 선거보도모니터 <http://www.ccdm.or.kr/xe/index.php?mid=watch&category=6295>)

- ✓ 선거 100일 전(2021년 11월 29일)부터 60일 전(2022년 1월 8일)까지 종이신문·지상파방송·종합편성채널의 여론조사 보도를 분석
- ✓ 선관위 산하 중앙선거여론조사심의위원회의 ‘선거여론조사기준’을 제대로 준수하지 않는다
- ✓ ‘홈페이지 참조’ 문구 미표기 다수
 - 후보별 지지율 차이가 오차범위 내임에도 후보별 수치를 순서대로 나열하거나 서열화 표기
 - 지지율 추세를 전하면서 조사별 조사기관, 조사의뢰자, 조사일시, 조사방식, 표본추출방식 등 미표기 사례 다수



이재명 35.6% 윤석열 44.7%...野단일화
尹 44.1% 安 33.1% [리얼미터]

중앙일보 | 입력 2022.01.26 07:53 업데이트 2022.01.26 09:28

<https://www.joongang.co.kr/article/25043616>

이재명·윤석열 35%로 똑같다...이게 설연휴
직전 민심 [한국갤럽]

중앙일보 | 입력 2022.01.28 10:58 업데이트 2022.01.28 11:57

<https://www.joongang.co.kr/article/25044403>

한겨레21

전체 > 뉴스 > 사회 > 사회일반

윤희웅의 여론 읽기

왜 전화면접은 이재명, ARS는 윤석열이 강세?

ARS는 정치 성향 뚜렷한 보수층 응답률 높고, 전화면접은 정치 관심 없는 표본 많이 포함돼

제1373호

https://h21.hani.co.kr/arti/society/society_general/50700.html

비슷한 시기의 상이한 조사수치를 팩트로 간주하여 단순 전달

2) 여론조사에 의존한 경매저널리즘

- 20대 대통령선거 여론조사의 특징

(*출처: 2022 대선미디어감시연대 선거보도모니터 <http://www.ccdm.or.kr/xe/index.php?mid=watch&category=6295>)

- ✓ 2030세대 유권자 여론조사
 - 전체 여론조사에서 2030세대 유권자 보도의 비율이 높다: 중앙일보(61.1%) > 조선일보(50.0%) > 한국경제(45.5%) > KBS(33.3%) > MBN(24.0%) > 채널A(23.5%)
- ✓ 여론조사 결과를 활용해 젠더 간 갈등에 주목
 - 20대 남성과 20대 여성의 지지 후보가 엇갈린다는 것을 강조
 - 전체 유권자를 대상으로 성별에 따른 지지 후보 차이에 주목
- ✓ '지지하는 정당이 없음/모름/응답거절' 유권자의 '마음'에는 상대적으로 관심수준이 낮음
- ✓ 언론의 비과학적 해석(과도한 주관적 해석, 편의적 해석)

정치 > 국회·정당

64%가 “탈원전 정책 재검토해야”… 20대서 가장 높아

https://www.chosun.com/politics/assembly/2021/12/02/U27YU7RCARFFTB5M7QIELOINF/?utm_source=naver&utm_medium=referral&utm_campaign=naver-news

LIVE ISSUE 한국일보 신년 여론조사

대선 승부, 이재명의 '이탈 민주당'·윤석열의 '뉴 보수' 잡기에 달렸다

입력 2022.01.03 04:30

♡ 5 💬 5

[한국일보 신년 여론조사]

이재명, 집 나간 '중도' 되돌리지 못했고
윤석열, 제 발로 온 '중도'에 확신 못 줘

<https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2022010123370005773?did=NA>

갤럽여론조사를 활용한 뉴스

뉴스
• 관련도순
• 최신순

한겨레 PICK | 1일 전 | 네이버뉴스

[갤럽] 이재명-윤석열 35% 동률...안철수 15%, 심상정 4%
무선전화(90%)와 유선전화(10%)를 병행 무작위생성 표집 틀을 이용한 임의 전화 걸기 방법으로 진행했으며, 응답률은 15.1%였다. 자세한 내용은 한국갤럽이나 중...

설 직전 지지율 동률-갤럽 "이재명 35% vs ... YTN PICK | 1일 전 | 네이버뉴스
이재명-윤석열 35% 동률, 안철수 15%, 심상... JTBC PICK | 1일 전 | 네이버뉴스

관련뉴스 전체보기 >



서울경제 PICK | 1일 전 | 네이버뉴스

尹 35%-李 35% 동률, 초접전...안철수 15% [갤럽]
대선이 40일 앞으로 다가온 가운데 이재명 더불어민주당 대선 후보와 윤석열 국민의힘 대선 후보 지지율이 동률을 보이며 여전히 접전세를 이어나가고 있다는 여...

대선 40일 앞...이재명35% vs 윤석열35... 이데일리 PICK | 1일 전 | 네이버뉴스
이재명-윤석열 35% '50일만에 동률'...민주 37% ... 뉴시스 | 1일 전 | 네이버뉴스

관련뉴스 전체보기 >



프리시안 PICK | 1일 전 | 네이버뉴스

한국갤럽, 이재명-윤석열 35% 동률, 안철수 15%
갤럽, 이재명 1%p 윤석열 2%p 상승, 안철수 2%p 하락 한국갤럽 여론조사에서 이 재명 더불어민주당 후보와 윤석열 국민의힘 후보가 35% 동률로 나타났다. 갤럽...

文 '잘한다' 42%...이재명-윤석열 35% '동률'... 한국경제TV | 1일 전 | 네이버뉴스
이재명-윤석열, 35% '동률'... 안철수 15% [갤럽] 쿠팡뉴스 | 1일 전



중앙일보 PICK | 1일 전 | 네이버뉴스

이재명-윤석열 35%로 똑같다...이게 설연휴 직전 민심 [한국갤럽]
문재인 대통령의 국정 지지율이 지난주 대비 1%포인트 상승해 42%를 기록했다는 여론조사 결과가 28일 나왔다. 한국갤럽이 지난 25~27일 전국 만 18세 이상 100...

한국갤럽 조사 문재인 국정 지지율 42%, 4주째 40%... 비즈니스포스트 | 1일 전
[위클리오늘] 한국갤럽 여론조사...문대통령 국정지지율 4... 위클리오늘 | 1일 전



https://search.naver.com/search.naver?where=news&sm=tab_jum&query=%EA%B0%A4%EB%9F%BD+%EC%97%AC%EB%A1%A0%EC%A1%B0%EC%82%AC

리얼미터 여론조사를 활용한 뉴스

뉴스
• 관련도순
• 최신순

뉴스1 PICK | 3일 전 | 네이버뉴스

윤석열 44.7% 급등...이재명 35.6% 안철수 9.8%[리얼미터]
여론조사기관 리얼미터가 YTN 의뢰로 지난 24~25일 이틀간 실시한 자기 대선후 보 지지도 여론조사 결과 윤석열 국민의힘 후보 44.7%, 이재명 민주당 후보 35.6...

윤석열 44.7% 이재명 35.6%...격차 9.1%... 이데일리 PICK | 3일 전 | 네이버뉴스
[리얼미터] 윤석열 44.7%, 이재명 35.6%, ... 한겨레 PICK | 3일 전 | 네이버뉴스

관련뉴스 전체보기 >



중앙일보 PICK | 3일 전 | 네이버뉴스

이재명 35.6% 윤석열 44.7%...野단일화 尹 44.1% 安 33.1% [리얼...]
여론조사업체 리얼미터가 YTN 의뢰로 24~25일 전국 만 18세 이상 남녀 1018명을 대상으로 조사한 결과 윤석열 후보의 지지율은 44.7%로 1위를 차지했다. 이재명...

尹 44.7%, 李와 9.1%p차...安 10%아래... 서울경제 PICK | 3일 전 | 네이버뉴스
윤석열 44.7% 이재명 35.6% 안철수 9.8... 조선비즈 PICK | 3일 전 | 네이버뉴스

관련뉴스 전체보기 >



JTBC PICK | 3일 전 | 네이버뉴스

윤석열 44.7%, 이재명 35.6%, 안철수 9.8%, 심상정 3.9% | 리얼미터
오늘(26일) 여론조사 기관 리얼미터는 YTN 의뢰로 지난 24일부터 25일까지 전국 만 18세 이상 1018명을 대상으로 진행한 여론조사 결과를 발표했습니다. 자기 대...

윤석열 44.7% 이재명 35.6% 안철수 9.8... 매일경제 PICK | 3일 전 | 네이버뉴스
윤석열 44.7% 이재명과 9%p차...안... 머니투데이 PICK | 3일 전 | 네이버뉴스

관련뉴스 전체보기 >



시사뉴스 | 3일 전

[리얼미터] 야권 단일후보 누구든 이재명 이겨...윤석열 10.9%p, ...
여론조사기관 리얼미터가 YTN 의뢰로 지난 24~25일 이틀간 실시한 자기 대선후 보 여론조사 결과, 윤석열을 단일후보로 가정할 경우 윤석열 47.2%, 이재명 36.3...

野 단일후보 누구든 李 이겨...尹 10.9%p, ... 뉴시스 PICK | 3일 전 | 네이버뉴스



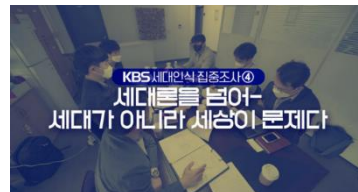
https://search.naver.com/search.naver?sm=tab_hy_top&where=nexearch&query=%EB%A6%AC%EC%96%BC%EB%AF%B8%ED%84%B0+YTN&oquery=%EB%A6%AC%EC%96%BC%EB%AF%B8%ED%84%B0&tqi=hQS7clp0JywssT%2BQRfssssssHG-438972

3) 사회 갈등에 높은 뉴스 가치를 부여

- 20~30세대(MZ세대)에 대한 과도한 관심 집중
 - ✓ 상대적으로 40대 이상 세대에 대한 관심 소홀로 이어진다
 - ✓ MZ세대를 하나의 동질적인 집단으로 취급할 뿐, 집단 내 차이에는 관심을 두지 않는다
 - ✓ 여론조사 결과를 토대로 작성된 기사들이 대부분이다. 독립적인 심층보도를 찾는 게 쉽지 않다
- '2대남 v. 2대녀' 프레임으로 20대 청년 갈라치기
 - 과거의 여건이 변화하기 했지만 사회 구조적 측면에서 바라볼 때 여성은 여전한 약자
 - 공동체 구성원들의 '공존·공생'이 아닌 구성원 간 갈등에 초점을 맞추는 '경쟁 프레임'을 채택
 - 언론의 보도가 특정한 정서적 반응(anger, fear, moral indignation)을 유발 → 특히 소셜미디어 시대에 '분노'를 저널리즘 비즈니스 수단으로 활용하는 경향이 두드러짐(Berry & Sobieraj, 2014)

이재명 '세대포용론' vs 이준석 '세대포위론'

與野, 세대전략 '프레임전쟁'
이재명 후보 "통합·화합·포용"
이준석 측 "4050배제 아냐"
<http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20220126000272>



<https://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=5218373>

이대녀는 40대만큼 진보인데...이대남은 대한민국 최강 보수 [본지·정당학회 분석]

<https://www.joongang.co.kr/article/25043233>

‘박탈감 폭발’ 뭉치는 이대남... ‘페미 반작용’ 흩어진 이대녀

https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=2020121016010&wlog_tag3=naver

국민의힘 양성평등특별위원회 "신남성연대 행동 응원"



<http://www.busan.com/view/busan/view.php?code=202012718085860141>

4) SNS 콘텐츠를 주요 취재원으로 인용

- ‘유명인’의 SNS 콘텐츠를 기사 소재로 활용
 - ✓ 〈신문윤리실천요강〉 제2조(취재준칙) 2항(자료무단이용금지): “...인터넷 게시물과 댓글 등의 콘텐츠는 공익을 위해 불가피하지 않은 한 소유주나 관리자의 승인없이 검색하거나 사용해서는 안된다”
 - ✓ SNS 콘텐츠 내용 또한 정서적 반응(anger, fear, moral indignation)에 관한 것들이 대부분
 - ✓ 포스팅은 SNS 이용자인 개인의 의견이고, 이른 바 ‘SNS 셀럽’들이 특정 계층의 평판에 기대 사회적 생계를 유지한다는 점을 감안할 때 이들의 의견은 보통 시민들의 의견을 대표하지 않는다.
 - ✓ 언론의 ‘SNS 취재원’ 선택 기준이 타당한지를 물을 수 있다.

언론에 가장 많이 인용된 교수 상위 10위 (건) 기간: 2019년 1월~2021년 6월

1위 3712  진종권 전 동양대 교수	2위 1934 김우주 고려대구로병원 감염내과 교수	7위 651 이재갑 한림대성심병원 감염내과 교수
3위 1520 성태윤 연세대 경제학부 교수	8위 619 정재훈 가천대의대 예방의학교실 교수	
4위 1050 박원곤 한동대 국제지역학과 교수	9위 595 이수정 경기대 범죄심리학과 교수	
5위 908 권대중 명지대 부동산학과 교수	10위 520 김상봉 한성대 경제학과 교수	
6위 708 엄중식 가천대길병원 감염내과 교수		

출처: <기자협회보>, 2021.12.7
<http://www.journalist.or.kr/news/article.html?no=50574>

강성범 "尹 이기면 계엄령 또 경험할수도... MB때 봤지않나"

중앙일보 | 입력 2021.11.26 10:36 업데이트 2021.11.26 10:40

김다영 기자



서한·윤복보 방송 강성범> 캡처

<https://www.joongang.co.kr/article/25027167>

4. 2022년 대통령선거 보도 평가

1) 정책 검증 보도의 실종

- 미디어 비평 기사들은 전통언론의 정책 검증 보도가 실종됐다는 평가를 내놓는다.
- 반면, 유튜브 동영상 플랫폼은 새로운 가능성을 보여줬다(예: ‘삼프로가 묻고 정책이 답하다’),

<https://www.hani.co.kr/arti/society/media/1026948.html>

- ✓ 기존 미디어의 접근법과 제작 형식의 한계를 그대로 드러냈다: “낡은 문법과 관행에 대한 경고”
- 상대적으로 ‘더 나은 혹은 더 못함’을 비교하는 방식에서 벗어남
- 전문성을 갖춘 패널의 후보자 정책 입장에 대한 질의 및 토론
- 지상파방송 저녁종합뉴스의 대선 보도 포맷 변화를 이끌어냄 (예: KBS 9시 저녁 뉴스)



후보영상 함께 조회 1200만 돌파
발언·규칙 자유로운 유튜브 방송
경제정책에 초점...소구력 극대화
주요후보 모두 출연해 비교분석
진행자들 전문성·치열함도 한몫

기성언론의 현실과 가야할 길
‘비호감 대선’ 정치혐오 부추기고
기계적 균형 탓 심층성 구현 못해
KBS 메인뉴스 ‘20분 정책 인터뷰’
한겨레·경향 공약탐구 변화 시도
“절박하게 독자 신뢰 쌓기 나서야”

<https://www.hani.co.kr/arti/society/media/1026948.html>

언론모니터

질문하는 언론은 어디에? 후보 행보·발표 공약 받아쓰기 보도에 그쳐

© 등록 2022.01.28 18:36 © 조회 369

http://www.ccdm.or.kr/xe/moniotr_2022/308370

대면 제한, 워딩 경쟁... 맥 빠지는 정치부 기자들

여야 대선후보만 20여명... 경선 일정 주말에 몰리며 '주7일' 근무

<http://www.journalist.or.kr/news/article.html?no=50186>

KBS뉴스9, 대선후보 신년 연쇄 인터뷰
‘대한민국의 내일을 묻다’

https://kstar.kbs.co.kr/list_view.html?idx=183982

2) 여론조사 뉴스를 통한 여론형성 과정 왜곡

• 언론의 여론조사 보도

- ✓ 언론은 공중이 식견을 갖춘 이성적 존재이고 현실에 참여적이라는 신화를 공유하여 이들에게 의견을 표명할 것을 강요하여, '의견없음'이라는 조사결과를 무시한다(Moore, 2003)
- ✓ 언론은 “모름(don't know)” 응답률이 내포하는 함의를 고려하지 않는다(Schuman, 2008)
 - “don't know”는 “무지(無知, ignorant)”를 의미하지 않는다 → “오히려 언론이 주목해야 할 대상”!!!
 - 선택행위(예, 투표 대상자 및 정당 선택)는 여럿 가운데 하나를 정하는 갈등적 상황이다
 - 갈등 상황에서 어느 한 쪽을 선택하라는 강요를 받게 되면 응답자는 자신의 의견 표현을 보류하는 경향이 있어 ‘인위적인 결과(artificial results)’를 낳게 된다

질문) 귀하는 누가 다음번 대통령이 되는 것이 가장 좋다고 생각하십니까?
 보기를 순환하여 불러드리겠습니다. (특정인 답하지 않으면 재질문)
 굳이 말씀하신다면, 누가 조금이라도 더 낫다고 생각하십니까?

2022년 1월 4주 (25~27일, D-41)	조사완료 사례수 (명)	가중적용 사례수 (명)	대선 후보 지지도					의견 유보	없음	모름 응답 거절
			이재명	윤석열	심상정	안철수	기타 인물			
전체	1,000	1,000	35%	35%	4%	15%	1%	10%	7%	4%

<https://www.gallup.co.kr/gallupdb/reportContent.asp?seqNo=1269>

YTN

REALMETER

대선

관련

정례

조사(7차)

제2장. 조사결과

3. 대통령 선거 가상 대결

Q

귀하께서는 올해 3월에 있을 대통령 선거에 출마하는 다음 인물 중 누구에게 투표하실 생각이십니까?

구 분	조사 완료	가중값 적용	이재명	윤석열	심상정	안철수	김동연	기타 인물	없음 ①	잘 모름 ②	부동층 ①+②
전체	(1018)	(1018)	35.6	44.7	3.9	9.8	0.3	2.0	1.7	2.0	3.8

http://www.realmeter.net/wp-content/uploads/2022/01/%EB%A6%AC%EC%96%BC%EB%AF%B8%ED%84%B0_%EA%B2%B0%EA%B3%BC%EB%B3%B4%EA%B3%A0%EC%84%9C_ytn_%EC%B0%A8%EA%B8%B0%EB%8C%80%EC%84%A0_1%EC%9B%944%EC%A3%BC_220125.pdf

http://www.realmeter.net/wp-content/uploads/2022/01/%EB%A6%AC%EC%96%BC%EB%AF%B8%ED%84%B0_%EA%B2%B0%EA%B3%BC%EB%B3%B4%EA%B3%A0%EC%84%9C_ytn_%EC%B0%A8%EA%B8%B0%EB%8C%80%EC%84%A0_1%EC%9B%944%EC%A3%BC_220125.pdf

- 언론의 여론조사 보도

- ✓ 언론은 심층적인 태도(감정)를 묻는 문항을 포함시켰을 때의 결과가 일반적인 질문을 사용했을 때의 결과와 매우 다르다는 것에 주목하지 않는다 → 언론은 “명확한(clear)” 공중의 반응을 기대한다

※ “Do you care?”를 묻지 않을 때와 물었을 때 응답률의 차이는 매우 큼

A: “Do you support for going to war with Iraq?”

→ 59%의 응답자가 찬성(Yes, I do)하고 38%는 반대(No, I don't)한다고 응답

B: “Whether or not respondents would be upset if the government did not send troops into Iraq?”

→ 29%의 응답자가 “전쟁이 나지 않으면 화가 날 것”이라고 응답

→ 30%는 “전쟁이 나면 화가 날 것”이라고 응답

→ 41%는 “어느 쪽으로 결론이 나도 개의치 않겠다”라고 응답

*출처: Moore, D. W. (2008). *The opinion makers: An insider exposes the truth behind the polls*. MA, Boston: Beacon Press. Bennett, W. L. (2011). News polls: Constructing an engaged public. In R. Y. Shapiro & L. R. Jacobs (Eds.), *The oxford handbook of American public opinion and the media* (pp. 3–21). New York: Oxford University Press, p. 252에서 재인용.

- 여론조사 뉴스와 민주주의

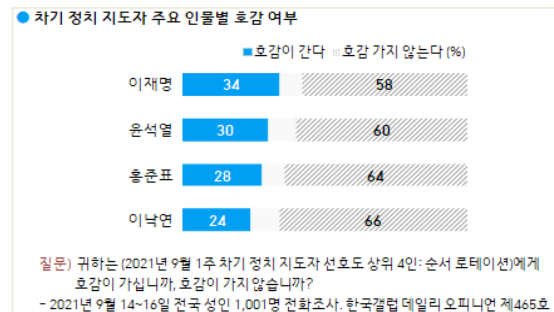
- ✓ 언론은 공중이 식견을 갖춘 이성적 존재이고 현실에 참여적이라는 신화를 공유한다
- ✓ 이슈에 대한 공중의 참여가 중요하고, 그들이 해당 이슈에 대해 근거가 있는 의견을 가졌다는 잘못된 인상을 전달 한다
- ✓ 여론조사 결과를 민심으로 '착각(?)'하게 할 가능성이 매우 높다
- ✓ 여론조사 저널리즘은 여론 형성 과정을 왜곡시키는 결과를 낳는다.

- 언론의 여론조사 보도

- ✓ 언론은 여론조사 결과 수치를 '사실(fact)'로 받아들인다 → '수치'의 의미에 대한 해석이 소홀해진다
- ✓ 여론조사를 극도로 집약된 숫자로만 보도하는 것은 여론조사를 하나의 움직임이지 않는 정체로 잘못 인식하게 할 가능성이 있다 → 여론조사는 마땅히 정치과정으로 분석되어야 한다. (경향성 참조)
- ✓ 선거 기간 중 후보의 지지율 변화는 뉴스가치가 있지만, 이를 복잡하고 중요한 정책문제를 보도하는 방식 (hard news) 으로 보도하는 것은 문제가 있다

3) 정치적 냉소주의를 부추김

- 갤럽의 '호감도' 여론조사(2021. 9. 17) 결과 발표 이후 언론은 '비호감 대선'이라는 표현을 상시적으로 사용한다
- 그럼에도, 심층적인 '원인 진단 및 해결책 제시'를 모색하려는 의지가 부재하고 역량도 부족하다
 - ✓ '지적(指摘)질'는 수준에 그친다
- 뿐만 아니라 국가의 장래를 책임질 지도자의 자질 및 능력 검증에는 큰 관심을 두지 않는다
 - ✓ 언론은 비판적이고 냉소적인 비평가의 평론 수준을 넘지 못한다
- 정치 냉소주의(political cynicism)는 미디어 냉소주의(media cynicism)와 무관하지 않다(Cappella & Jamieson, 1997)
 - ✓ 정치에 대해 냉소적인 이는 언론이 정치 과정을 왜곡시킨다는 믿는 미디어 냉소자일 가능성이 높다



<https://www.gallup.co.kr/gallupdb/reportContent.asp?seqNo=1239>

'비호감 대선' 여론조사 보도, 정책 검증 보도는 어디쯤

여론조사 결과 중심으로 대선 보도 양산... 도움 안 되는 정보만 쌓이는 악순환

<http://www.mediaus.co.kr/news/articleView.html?idxno=227932>

“나쁜놈·이상한놈·추한놈” 비호감 대선 때린 ‘2%’ 안철수

<https://www.joongang.co.kr/article/25014502>

4) 사회 갈등 조장, '혐오(증오)' 감정을 저널리즘 비즈니스 수단으로 활용

- 특정 정치 세력은 정치 공학적 차원에서 젠더 이슈를 전략적으로 활용
 - ✓ 예) 국민의힘 후보의 <여성가족부 폐지> 공약 발표 이후의 남성과 여성 간 갈등 격화
 - ✓ 언론은 정치인의 '젠더 갈라치기' 공약을 캠페인 전략 측면에서만 조명
 - <여성가족부 폐지> 공약은 국민의힘 후보 지지율 상승의 원인으로 언급되기도 함
 - <여성가족부 폐지> 공약은 여의도연구소의 전략적 판단에 의한 것(예: 중앙일보)
 - 반면, 외신은 젠더 갈라치기의 주체를 '우파 정치인'으로 특정하고 비판적 논조를 취함(예: CNN)

[논설] 대선 '큰손' 떠오른 '이대남', 기획·연출은 따로 있다

https://www.hani.co.kr/arti/politics/politics_general/1029258.html

尹 뒤엔 '여론조사 도사' 있다... '여가부 폐지' 한줄 공약 전말

<https://www.joongang.co.kr/article/25043985>



<https://edition.cnn.com/videos/tv/2022/01/23/exp-gps-0123-south-korea-anti-feminism.cnn>

[단독] 여가부 폐지 외치다 "가다실 아세요?"...尹, 여심 노린다

<https://www.joongang.co.kr/article/25042796>

이준석 “여가부 폐지, 당 주요 결정권자들 공유하는 생각”

<https://www.donga.com/news/article/all/20220110/111175743/2>

5. 민주주의 정치 과정과 저널리즘

1) 정치 정보 노출과 정치 현실 인식: 문화 계발 이론

Television is the source of the most broadly-shared images and messages in history. It is the mainstream of the common symbolic environment into which our children are born and in which we all live out our lives. While channels proliferate, their contents concentrate. For more viewers, new types of delivery systems such as cable, satellite, and the internet means even deeper penetration and integration of the dominant patterns of images and message into everyday life.

Gerbner, G. (2000). Cultivation analysis: An overview. *Communicator*, October–December, p. 3. URL: <https://web.asc.upenn.edu/gerbner/Asset.aspx?assetID=459>

- 언론인들이 정치를 바라보는 관점(game schema)(Jamieson & Romer, 2017)
 - ✓ 민주화 이후 선거 저널리즘: 전략적 프레임에 입각한 경마 보도가 지배적
 - ✓ 정치 냉소주의 (political cynicism)를 강화
 - ✓ 캠페인 과정에서 정치 학습을 위축
 - ✓ 정체성(identification)이 정치과정에서 중요한 요소로 등장
 - <여성가족부 폐지> 공약과 이를 둘러싼 사회적 갈등
- 미디어 테크놀로지의 발달과 정치 정보 노출 플랫폼의 다양화
 - ✓ '정치적 무례함'(political incivility) 콘텐츠 비율 증가(케이블TV > 지상파방송)(York, 2013)
 - ✓ 정치 엘리트의 정치적 메시지는 대중의 정치 정서(political affect)와 밀접한 연관성을 지님
 - ✓ 플랫폼 간, 매체 간, 언론사 간 치열한 경쟁 환경
- 미디어는 기존의 정치적 실재를 강화하고 재생산한다

2) 뉴스는 사회적 실재를 객관적으로 반영하지 않는다

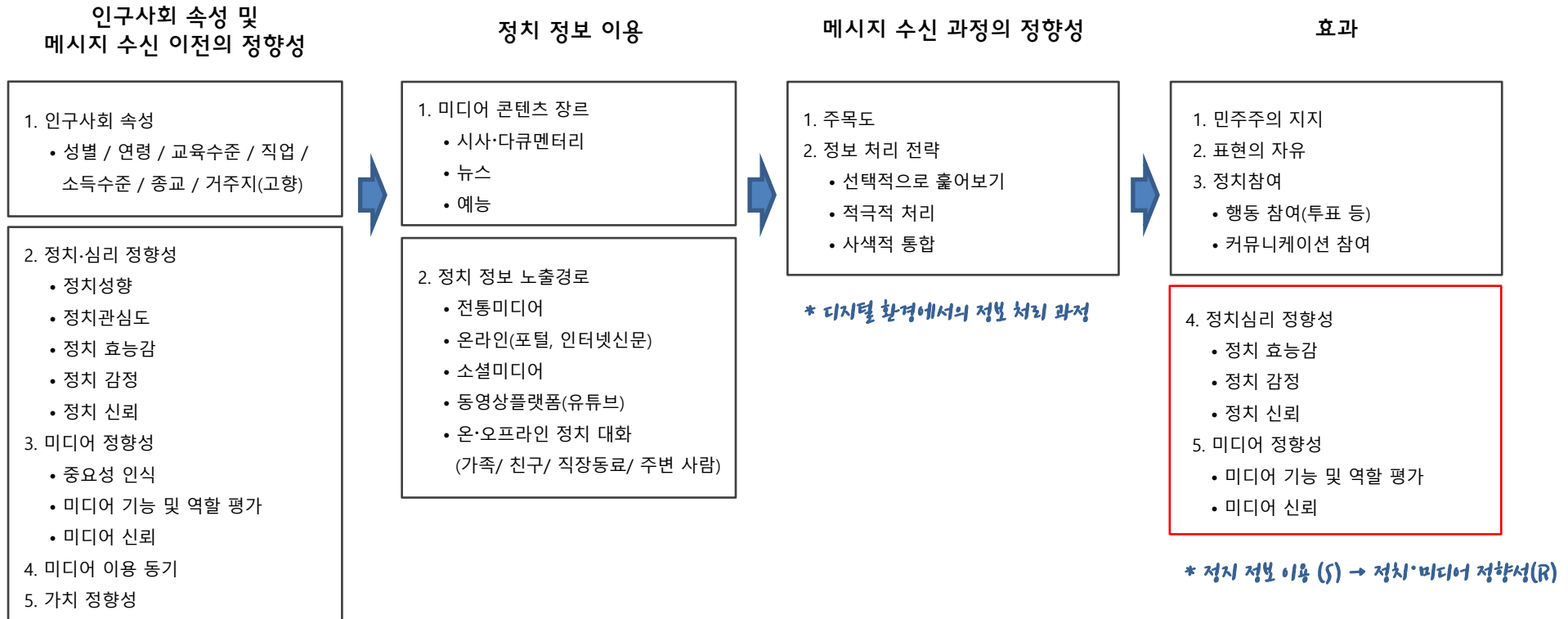
- 뉴스가 사회적 실재를 객관적으로 반영하지 않으며, 다양한 편견 유형이 함께 작용해 뉴스가 생산된다는 점을 간파해야만 어떤 변인들이 편파적인 뉴스 생산에 개입하는지를 체계적으로 평가할 수 있다.
- 예) 뉴스 편향 연구(Entman, 2007)
 - ✓ 편견(bias)이라는 개념적 우산 하에 의제설정, 프레이밍, 점화 세 가지 개념 간 연결고리를 밝히면 편견 및 뉴스 편향에 관한 새로운 이해가 가능하다고 설명한다
 - ✓ 언론이 특정 사안을 주요 의제로 만들고(의제설정), 특정 관점이나 해석을 활성화시켜(점화) 시민의 해석과 선호도를 바꾼다는 것을 인식할 때 선거 국면에서 미디어가 수행하는 역할을 보다 잘 이해할 수 있다
 - 후보자들은 선거 의제를 선점하기 위한 전략적 프레이밍(strategic framing) 경쟁에 나선다
 - 이러한 방식의 정치적 영향력은 유권자들이 특정 의제와 관심사항에 대해 생각하도록 영향을 주거나 활성화시키는 텍스트를 만들어내는 프레이밍을 통해 이루어진다.
 - 민주주의 정치 체제에서 타인에게 무엇에 대해 생각하도록 말하는 것은 일종의 권력 행사

- 예) 뉴스 편향 모델(Entman, 2007, p. 167)

$$NS = F + [S_{BH \cdot RP} \times (B_E + B_M + B_I)] - [S_{OP} \times (B_E + B_M + B_I)] + E$$

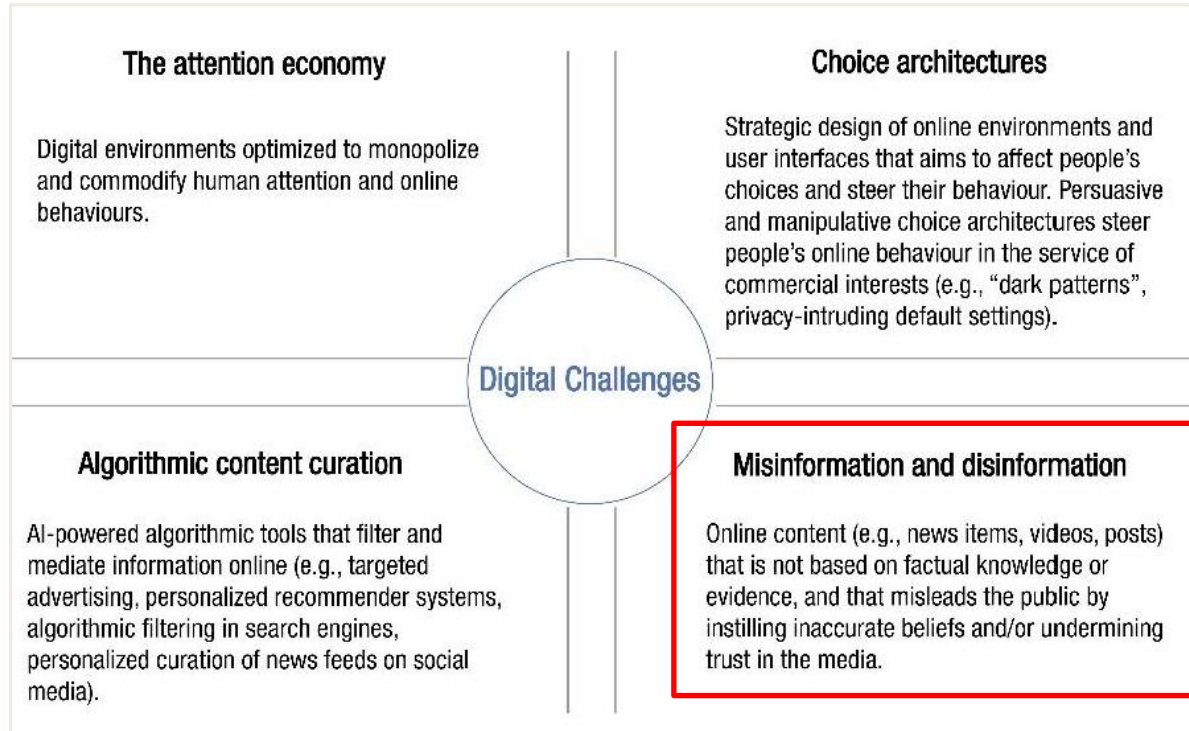
- NS = 특정 뉴스 아이템 편향
- F = 지각된 사실
- $S_{BH \cdot RP}$ = 청와대·집권당의 뉴스 관리 역량
- S_{OP} = 야당의 뉴스 관리 역량
- B_E = 정치 게임 평가 관련 의사결정 편견
- B_M = 시장 경쟁 상황 관련 의사결정 편견
- B_I = 개인 이데올로기 관련 의사결정 편견
- E = 사건의 맥락 및 기타 예측불가능한 변인

3) 정치커뮤니케이션 효과 모델



*설명: McLeod, D. M., Kosicki, G. M., & McLeod, J. M. (2009). Political communication effects. In J. Bryant & M. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 228–251). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

디지털 환경에서의 인지 심리 활동



웹 공간에서의 독특한 인지적 속성을
분석한 결과, 공공 감시와 민주적 거버넌스
부재 상태에서 온라인 환경에 노출되면
정보처리 과정에서 네 가지 형태의 심리적
압박을 경험할 수 있다.

검증과
사실확인
필요성 증가

출처: Lewandowsky, S., et al. (2020). *Technology and Democracy: Understanding the influence of online technologies on political behaviour and decision-making*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, p. 22에서 인용. 원 저작자의 모든 권리가 보호됨.

5) 선거 국면에서의 저널리즘

저널리즘의 민주주의 기능

- 선거 국면에서 언론은 유권자에게 정치 정보를 제공하고 정부와 정당의 활동에 대한 시민들의 평가를 피드백하는 저널리즘을 실천해야 한다(언론의 민주주의 기능, democratic function)(Arnold, 2004).
- 언론이 민주주의 기능에 충실할 때 민의가 반영되는 정치 체제가 작동한다.
- 민주주의 기능에 충실하는 것만이 저널리즘이 공공 영역에서 민주적 제도로 생존할 수 있는 유일한 방법
 - ✓ 시민들이 생각하고 말하고 행동하도록 격려하고 자극하며,
 - ✓ 다양한 목소리나 주장을 듣고 비교할 수 있는 공공 포럼을 제공하는 것이다.

저널리즘의 기본원칙

- 투명성: 뉴스 의사 결정(news decision making)에 대한 설명 (Kovach & Rosenstiel, 2021)
 - ✓ 취재원 설명: 실명취재원, 취재원의 전문성, 취재원 선정 기준,
 - ✓ 사실확인 과정 설명: 보도자료, 현장 취재, 취재원 간 교차 검증(다양성)
 - 맥락에 대한 설명, 일방적인 주장을 반복해선 안된다(의혹을 부풀려서는 안된다).
 - 어떤 배경에서 제기되었는지를 설명해야 한다.

저널리즘의 역할 및 목적

- 저널리즘은 “공적으로 중요하다고 여겨지는 현재의 일들에 대한 정보와 논평”(Schudson, 2003, p. 14)이다.
- 저널리즘의 목적은 “시민이 자유롭게 자치를 실현하는데 필요한 정보를 제공하는 것”(Kovach & Rosenstiel, 2021, p. 7)이다.
- 저널리즘의 역할은 공적인 사안에 대한 사람들의 관심과 대화를 촉진하는 것, 따라서 정보 제공은 저널리즘의 주요 목표가 될 수 없다(Anderson, Dardenne, & Killenberg, 1996).

Political reporting is a function of
how the media is organized and for what purpose.

(Jacobs & Shapiro, 2011, p. 17)

참고문헌

- 김춘식 (2017). 민주화 이후 대통령선거 보도 관행과 방송의 민주주의 기능의 퇴행: 정치권의 '의혹 제기'와 '폭로'에 관한 보도분석(1992년~2012년)을 중심으로. <언론과 사회>, 25권 3호, 79~157.
- 김춘식 (2021). 선거 저널리즘, 공정정보의무와 뉴스 편향. <언론중재>, 161권, 4~15.
- 김춘식·이강형 (2021). 인터넷신문의 '자체 생산 기사' 개념 정의 및 측정. <커뮤니케이션 이론>, 17권 3호, 163~214.
- 민 영·채영길·김현정·유용민 (2017). 2017년 대선 보도 및 선거 뉴스 유통 연구. 서울: 한국언론진흥재단.
- 민주언론시민연합. <2022 대선미디어감시연대 모니터 보고서>. URL: http://www.ccdm.or.kr/xe/moniotr_2022
- 박재영·안수찬·박성호 (2014). 대통령 선거 보도의 기사품질, 심층성, 공공성의 변화: 1992년~2012년 국내 주요 신문의 경우. 《방송문화연구》 26권 2호, 33~66.
- 백영민 (2021). 여론조사 보도 점검: ARS 조사에 의존하는 여론조사 보도. <신문과 방송>, 612권, 13~17.
- Andererson, R., Dardenne, R., & Killenberg, G. (1996). *The conversation of journalism: Communication, community, and news*. Westport, CT: Praeger.
- Arnold, R. D. (2004). *Congress, the press, and political accountability*. NJ, Princeton: Princeton University Press.
- Bennett, W. L. (2011). News polls: Constructing an engaged public. In R. Y. Shapiro & L. R. Jacobs (Eds.), *The oxford handbook of American public opinion and the media* (pp. 3-21). New York: Oxford University Press.
- Berry, J. M., & Sobieraj, S. (2014). *The outrage industry: Political opinion media and the new civility*. New York: Oxford University Press.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. New York: Oxford University Press.
- Entman, R. M. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of Communication*, 57(1), 163-173.

참고문헌

- Gerbner, G. (2000). Cultivation analysis: An overview. *Communicator*, October-December. URL: <https://web.asc.upenn.edu/gerbner/Asset.aspx?assetID=459>
- Jacobs, L. R., & Shapiro, R. Y. (2011). Informational interdependence: Public opinion and the media in the new communications era. In R. Y. Shapiro & L. R. Jacobs (Eds.), *The oxford handbook of American public opinion and the media* (pp. 3-21). New York: Oxford University Press
- Jamieson, P. E., & Romer, D. (2017). Cultivation theory and the construction of political reality. In K. Kenski & K. H. Jamieson (Eds.), *The oxford handbook of political communication* (pp. 595-604). New York: Oxford University Press
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2021). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. New York: Crown.
- Lewandowsky, S., Smillie, L., Garcia, D., Hertwig, R., Weatherall, J., Egidy, S., Robertson, R.E., O'connor, C., Kozyreva, A., Lorenz-Spreen, P., Blaschke, Y. and Leiser, M. (2020). *Technology and Democracy: Understanding the influence of online technologies on political behaviour and decision-making*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. doi:10.2760/709177.
- Livingston, S., & Bennett, L. (2003). Gatekeeping, indexing, and live-event news: Is technology altering the construction of news? *Political Communication*, 20(4), 363-380
- McLeod, D. M., Kosicki, G. M., & McLeod, J. M. (2009). Political communication effects. In J. Bryant & M. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 228~251). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Moore, D. W. (2008). *The opinion makers: An insider exposes the truth behind the polls*. MA, Boston: Beacon Press.
- Schudson, M. (2003). *The sociology of news*. New York: W. W. Norton & Company.
- Schuman, H. (2008). *Method and meaning in polls and surveys*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- York, C. (2013). Cultivating political incivility: Cable news, network news, and public perceptions. *Electronic News*, 7(3), 107-125.