

정당의 위기관리를 위한 이미지 회복 전략

노무현 대통령 탄핵 사건을 중심으로

이수범·김수정·김유훈·정수아*

(인천대 신문방송학과 교수·인천대 신문방송학과 석사과정·

인천대 신문방송학과 석사과정·인천대 신문방송학과 석사과정)

본 연구는 노무현 대통령 탄핵 사건을 통해 위기를 맞이한 한나라당과 민주당의 위기 상황을 살펴봄으로써 정당별 위기관리의 특징을 살펴보았다. 정당의 위기관리를 위해 각 정당이 사용하는 이미지 회복 전략의 모습을 베노이트(Benoit)의 수사학적인 이미지 회복 전략의 틀로서 분석했다. 그 결과 한나라당과 민주당 모두 비난자 공격을 주로 사용하는 전략을 사용하였으나 위기관리에 성공한 한나라당과 실패한 민주당은 이미지 회복 전략상 차이를 보여줬다. 위기관리에 성공을 거둔 한나라당의 경우 비난자 공격 전략을 주로 사용하다가 미래 지향 전략으로 선회하였다. 따라서 위기관리에 성공한 야당과 실패한 야당을 비교분석함으로써 위기에 대한 책임이 높은 조직은 미래 지향적인 전략을 사용하는 것이 바람직하다는 콤즈(Coombs)의 이론을 뒷받침할만한 모습을 한나라당의 이미지 회복 전략에서 살필 수 있었다.

주제어: 탄핵, 위기관리, 이미지 회복 전략, 수사학적 분석, 정당

1. 서론

현대사회가 산업의 고도화, 대형화로 급속히 변화함에 따라 기업이나 국가의 조직은 점차 조직적이고 체계적인 사회 시스템으로 변화하고 있다. 그에 따라 조직은 시스템에 대한 의존성과 연계성이 높아지고 있으며 작은 충격의 여파는 조직에게 큰 피해를 입힐 수 있는 가능성을 충분히 갖고 있

* soolee815@hanmail.net · kimsoojung77@hanmail.net · yoocheonlove@hanmail.net · ehfdkqhk@hanmail.net

는 상황이다. 조직의 체계적인 시스템이 복잡하고 다양해지면서 기업이나 다른 여타 조직에 결정적인 위협이나 손실을 가져다 줄 수 있는 위기발생 요인들도 더욱 복잡하고 다양화되고 있다. 따라서 조직의 생존 능력은 위기를 어떻게 관리하는가에 따라 경쟁력과 신용도도 결정된다. 모든 조직에게 언제 어떤 모습으로 다가올지 모르는 위기는 피해갈 수 없지만 조직의 피해는 최소화시킬 수 있다. 그렇기 때문에 위기에 대한 적절한 관리는 조직에게 있어 꼭 필요한 부분이다.

2004년 우리나라는 ‘대통령 탄핵’이라는 정치적 위기 상황을 맞이했다. 이는 곧 국가의 대표이자 국가의 행정을 맡고 있는 수반자의 공석을 의미했고 국민 전체는 초유의 위기 상황을 맞이하게 되었다. 이는 국가 조직뿐만 아니라 탄핵을 주도했던 야당이나 탄핵의 피해자처럼 보였던 여당 및 모든 정치적인 정당에게도 위기였다. 2004년 ‘탄핵’을 둘러싼 여·야의 싸움은 국회에서 치열해졌고 결국, 대통령 탄핵이라는 엄청난 위기 상황으로 연결된다. 3월 12일 국회에서 ‘노무현 대통령 탄핵안’이 가결되는 순간, 여당과 야당의 위기는 반전되는 상황을 맞이하게 된다. 국민들은 노무현 대통령을 지지하는 것과는 상관없이 국가수반인 대통령이 탄핵되어 지도자를 잃었다는 상실감과 함께 폭력과 야합으로 얼룩진 국회에 대한 신뢰감을 완전히 상실하게 되었다. 이에 따라 탄핵을 주도했던 민주당과 한나라당은 야당 야합을 통한 국가 혼란을 야기시킨 주범이 되고 오히려 탄핵의 대상이 된 노무현 대통령과 여당인 열린우리당은 제 17대 총선에서 유리한 고지에 설 수 있었다. 국회에 대한 국민들의 불신은 연일 국민들을 국회 앞으로 모여들게 만들었고 촛불 시위는 계속되었다. 결과적으로 탄핵은 여당인 열린우리당에게 피해자 이미지를 통해 정당 지지율을 상승시켜 주었다. 탄핵이라는 국가 위기 상황에서 여당과 야당은 명암을 달리했고 야당은 당의 존폐 여부까지 흔들릴 정도로 절체절명의 위기 상황을 맞이하게 된다.

모든 조직에 있어 위기는 항상 존재한다. 이 때 개인 혹은 조직이 위기 상황에서 어떤 커뮤니케이션을 선택하느냐 하는 문제는, 위기를 맞아 좌초할 것인가 혹은 이를 극복하여 발전할 것인가 하는 측면에서 매우 중요한

사안이다(차희원, 2002). 어떠한 조직도 위기로부터 예외될 수 없으나 대다수의 경우, 국가 위기와 기업 위기를 포함한 모든 조직의 위기는 항상 다른 조직에나 발생하는 일 정도로 생각하고 있으며, 이런 잘못된 믿음으로 인해 조직은 더욱 위기에 무방비 상태로 노출되어 왔다. 조직의 위기관리 시스템의 부재는 위기관리 커뮤니케이션의 미숙으로 이어져 돌발적인 위기가 발생했을 때 우왕좌왕하게 한다. 물론 위기를 완벽하게 막아내기는 어렵지만 상당수의 인위적인 재해는 막을 수 있다. 위기 상황에 처했을 때, 이에 대비하지 않는 조직은 위기와 함께 조직에 피해를 입힐 만한 평판까지 더해지면서 이미지 형성에 악영향을 끼치게 된다. 따라서 조직의 현실적인 목표는 위기를 예방하기 위해 할 수 있는 모든 일을 다 하는 것이다(Mitroff & Pearson, 1993). 정치권의 위기 역시 정치인 개인은 물론 조직으로서의 정당의 실추된 이미지를 회복하고 현명하게 극복해야 하는 매우 중요한 상황임에 틀림없다(김영욱·박송희·오현정, 2002). 위기를 맞이했을 때 개인 및 정당은 위기 자체를 전면적으로 부인하거나 무시하는 등의 전략을 사용하기도 하고, 처음부터 잘못을 시인하면서도 책임을 남에게 떠맡기는 책임 회피 전략을 사용하기도 한다. 뿐만 아니라 위기가 진행되면서 오히려 공격자를 공격하고 비난하는 전략을 펼치고 개인이나 정당의 이미지를 회복시키기 위해 위기를 초래한 사건으로부터 공중의 관심을 돌리기 위한 전략을 사용하는 등 다양한 커뮤니케이션 전략을 펼친다.

본 연구에서는 노무현 대통령을 탄핵의 상태로 몰고 간 야당이 국가적인 위기 상황을 초래한 댓가로 정당 존폐 여부가 흔들릴 정도의 커다란 위기 상황을 지켜보면서 우리나라 정당이 어떻게 위기관리를 하고 있는지, 이미지 회복 전략은 어떻게 이루어지고 있는지 전반적인 특징을 알아보고자 한다. 이를 위해 본 연구에서는 베노이트(Benoit)의 수사학적인 연구 방법을 중심으로 정당의 이미지 회복 과정을 분석해 본다. 특히 이번 연구에서는 탄핵안 가결에 합의를 하면서 위기를 맞이했던 한나라당과 민주당이 17대 4·15총선 과정을 거치면서 정당의 이미지 회복을 위해 사용했던 위기관리 전략의 차이를 비교 분석했다. ‘탄핵’에 공조했던 두 정당이지만 불과 한

달 사이에 한나라당의 지지율은 상당부분 제자리로 돌아갔고 민주당의 지지율은 회복되지 못했다. 이에 따라 이미지 회복을 통해 위기관리에 성공한 정당과 실패한 정당¹⁾의 모습을 살펴보고 우리나라 정당의 위기관리 전략이 어떻게 이루어지고 있는지, 정당 간에 이미지 회복을 통한 위기관리 전략에는 어떠한 차이가 있는지를 알아보려고 한다.

2. 이론적 배경

1) 선행문헌 고찰

노무현 대통령 탄핵 사건으로 발생한 한나라당과 민주당의 위기관리를 비교하기 위해 국내 및 해외의 선행연구를 살펴보았다. 전략적인 위기관리에 대한 선행연구는 미국을 중심으로 광범위하게 이루어지고 있으며 특히 베노이트는 1995년 이후 이미지 회복 전략의 연구들을 지속적으로 발전시켜 오고 있다. 베노이트는 정치 커뮤니케이션 이미지 회복 전략뿐만 아니라 사회에서 영향력을 지니고 있는 배우, 정치인, 기업, 정당 등 개인과 조직의 이미지 회복 전략에 대한 사례 연구를 지속시키며 그의 연구들을 인정받고 있다.

베노이트(1997b)는 영국 영화배우 휴 그랜트의 섹스 스캔들로 인한 위기가 닥쳤을 때, 언론을 통해 죄를 인정하고 사과하는 모습을 통해 ‘사과 전략’을 통한 이미지 회복 전략을 구사하고 있음을 연구한 바 있다. 1999년에는 문장이나 단어의 조합을 분석 단위로 삼는 새로운 분석틀을 이용하여 1952년부터 1996년까지의 미국 대통령 선거에서 사용된 텔레비전 정치광고를

1) 이미지 회복을 통한 위기관리의 성공과 실패에 대한 의미 부여는 17대 총선의 결과로 한나라당은 121석, 민주당은 9석을 얻으면서 정당 정치를 기본으로 하고 있는 현실에서 한나라당은 제1야당으로서 여당을 견제할만한 국민의 합의를 이끌어낸 것에 기초한다.

분석하였다. 이 분석들은 수사학적 연구방법인데 연구 결과 이는 주장, 공격, 방어와 관련된 기능적 요소들을 탐구하는데 매우 효과적이었다. 효과적인 이미지 회복을 위하여 ‘설득’의 이해, 잘못된 즉각적 인정, 무효화 전략의 사용, 재발 방지책의 필요성 등을 주장하였으며, ‘최소화 전략’으로서 이미지를 개선할 수 없다고 주장하였다.

이후에도 베노이트(2001)는 다섯 가지 방어 전략별로 이미지 회복 전략을 수사학적인 관점에서 다루고 있다. 캘리포니아의 주지사 제리 브라운(Jerry Brown)은 마약 파티 장소로 사용되는 자신의 집에 대해 이는 자신을 공격하기 위한 허위이며 상대방의 악의적인 주장이라는 ‘부인’ 전략을 사용했으며 영화배우 우디 앨런(Woody Allen) 역시 입양아 두 명에게 성 희롱을 한다는 소문에 대해 ‘부인’ 전략을 사용했음을 밝히고 있다. 한편 이란-콘트라 스캔들에 관련된 6명의 피고인들을 사면하여 비난을 받은 부시 대통령은 비난 자체를 반격하며 ‘공격성 축소 전략’을 사용했다. 위기관리의 전형적인 예로 사용되는 미국의 타이레놀사의 독극물 사건에서는 사건이 재발하지 않도록 시정하는 이미지 방어 전략을 재빨리 취함으로써 소비자들에게 효과적인 이미지 회복을 이루었다. 또한 로버트 팩우드(Robert Packwood) 상원 의원은 연루된 성희롱 사건에 대해 자신의 비행을 솔직히 인정하고 사과하는 ‘굴욕’ 전략을 사용하고 있음을 밝혔다.

국내의 위기관리에 대한 선행연구는 정치 커뮤니케이션과 기업 위기관리 분야에서의 연구가 활발하게 이루어지고 있는 상황이다. 특히 국내의 논문들은 유종숙(2002)이 한국의 100대 기업을 중심으로 위기관리 현황에 대해 연구하였으며, 이윤심(1991)은 기업이 위기 상황을 맞이했을 때 어떤 위기관리 PR을 통해 위기를 타개할 수 있는지에 대한 연구를 선보인 바 있다. 이 연구들은 위기관리 모델을 통해 위기를 예방하는 위기관리의 필요성에 대하여 논하고 있다. 그러나 국내 기업이 위기관리에 대한 필요성을 체감하지 못하고 위기관리 PR에 대한 필요성이 중요시하게 여겨지지 않는 상황에서 연구는 어느 정도 한계성을 지니고 있는 실정이다.

기업의 위기관리 연구와 함께 천재지변으로 인한 국가 위기와 부정·부패

가 만연한 정치 분야에서 위기관리에 대한 선행 연구가 이루어지고 있다. 특히, 정치 커뮤니케이션 전략이 점차 중요해지면서 행정부와 정치 커뮤니케이션 분야의 위기관리 연구는 그 중요성이 더해지고 있는 상황이다. 김영욱과 박송희와 오현정(2002)은 행정기관의 이미지 회복 전략을 통해 우리나라 행정기관의 위기관리를 연구한 바 있으며, 안선경과 강태완(2004)은 불법 정치자금을 받은 정치인이 위기에 어떻게 대처하는지를 연구하기 위해 이미지 회복 커뮤니케이션 전략을 사용하였다. 이 두 연구는 베노이트의 이미지 회복 전략 틀을 사용하여 위기관리가 어떻게 이루어지고 있는지를 살피고 있다. 특히 안선경과 강태완의 연구는 16대 불법대선 자금 사건을 중심으로 위기에 대처하는 정당의 이미지 회복 전략을 분석함으로써 정치인 개인과 정당의 차이를 연구하였다. 결과적으로 정당의 전략적 선택은 위기를 능동적으로 '관리'하기보다는 '도피'하거나 책임의 소재를 외부화하려는 수동적이고 무책임한 자세로 위기를 관리하고 있다는 것을 알 수 있었다. 이 외에도 베노이트(Benoit, 2001)의 연구에서는 여야에 따라 선거 캠페인이나 커뮤니케이션 전략이 다르게 나타남을 알 수 있었다. 조직의 커뮤니케이션 특성상 여당은 긍정적 주장을, 야당은 부정적인 공격을 선택하는 경향이 강하다는 것을 밝힌 바 있다.

이처럼 베노이트의 분석틀을 이용한 연구는 정치캠페인 분석에서 활발히 이루어지고 있다. 이에 본 연구에서는 위기에 대처하는 정당 조직의 이미지 회복 전략을 베노이트의 분석틀을 이용하여 커뮤니케이션 과정에서 적용시켜 보았다. 여당과 야당의 이미지 회복 전략의 차이를 분석하는 것이 아니라 야당 사이의 이미지 회복 전략을 분석함으로써 기존 문헌에서는 볼 수 없었던 연구 결과가 나올 것으로 예상된다.

2) 위기단계와 위기관리

15년 전부터 10년 동안 일어난 조직의 위기보다 지난 5년 동안 일어난 조직의 위기가 증가하면서 위기와 위기관리에 대한 학자들의 논의는 분분히

행해지고 있다(Fearn-Banks, 1996). 특히 미디어 관리의 필요성부터 공적인 이미지 재창조에 이르기까지 위기관리를 위한 이론적인 제안과 모델에 대한 연구는 많은 학자들에 의해서 이루어지고 있으며 이들은 나름대로의 다양한 위기 정의를 통해 위기 상황을 세부적으로 구분하려고 노력하고 있다.

김영옥(2002)은 많은 위기관리 학자들의 위기 정의를 종합해 볼 때 일상적인 조직의 업무를 뒤흔들고 미래 활동에 위협을 주며, 주요공중과의 관계에 부정적인 영향을 주는 사건을 '위기'라고 지칭했다(Barton, 1993; Coombs, 1999; Fern-Banks, 1996; Fink, 1986; Lerbinger, 1997; Mitroff, Shrivastava & Udwardia, 1987; Pearson & Clair, 1998). 여기서 조직의 복잡성과 의사 결정의 실수에 의해서 일어나는 일상적인 위기 상황에 주목해야 한다. 미트로프(Mitroff, Shrivastava & Udwardia, 1987) 역시 유니언 카바이드사의 인도 보팔 공장 가스 유출 사건 분석을 통해 위기는 조직 시스템의 복잡성과 잘못된 의사 결정에 의해서 발생한다고 주장했다. 즉 조직 내부의 일상 속에서 위기가 자리하고 있음을 주장한 경우다. 탄핵안 가결이라는 잘못된 결정을 내림으로 인해서 위기를 맞이한 민주당과 한나라당 역시 조직 시스템의 원활한 커뮤니케이션 부족이 큰 영향을 미쳤다고 할 수 있다. 대통령 탄핵이 조직의 위기상황을 유발시킬 가능성에 대한 지적이 있었음에도 불구하고 정당의 조직은 '탄핵안 가결'이라는 결정을 내리면서 위기 상황을 경험했기 때문이다.

그렇지만 핑크(Fink, 1986)는 모든 위기가 절대적인 파멸은 아니라고 지적하면서, 위기가 회복할 수 없는 부정적인 것만이 아니라 위험과 불확실성의 정도를 확인시켜주는 특성으로서 조직내 '반환점'의 기능을 보일 때도 있다고 지적했다. 조직이 위기를 겪는 동안 더 좋은 상황으로 돌아갈 가능성이 있다는 그의 지적은 대통령 탄핵을 두고 집권 여당인 열린우리당의 위기 상황이 오히려 17대 총선에서 152석을 얻는 계기로 작용했던 것을 보면 알 수 있다. 조직에게 있어 위기가 반환점이나 하나의 기회로 이용되기 위해서는 조직이 위기나 부정적인 경우가 발생했을 때, 조직의 운명을 더 좋은 상황으로 조절하고 조직의 위험과 불확실성을 제거하는 등의 전략적인 계획

을 세워야만 한다.²⁾

이와 같은 전략적인 위기관리를 위해서 많은 위기관리 학자들은 위기를 단계별로 구분하려고 노력하였다(Coombs, 1999; Fern-Banks, 1996; Fink, 1986; Gonzalez-Herrero & Pratt, 1995; Mitroff & Pearson, 1993; Pauchant & Mitroff, 1992). 위기관리 단계 구분을 통해 효율적인 위기관리가 이루어져야 한다는 학자들은 핑크(Fink, 1986)의 4단계를 기본으로 하고 있으며 학습과 같은 위기 사후 단계들이 첨가되는 형태를 보이고 있다. 따라서 위기의 단계는 대략적으로 위기 징후 파악 단계, 위기 예방 및 준비 단계, 위기 영향력 축소 단계, 위기 회복, 위기 학습 단계 등으로 나눌 수 있다. 위기 단계를 특징적으로 살펴보면 1단계 발견(detection)은 위기가 시작되는 단계로 조직이 위기의 신호나 시작을 보게 되는 단계이다. 2단계 준비/예방(preparation/prevention)은 위기의 경고 신호를 유념하여 위기를 예방하고자 예방 캠페인을 통해 위기를 피하거나 위기에 대처할 수 있도록 준비하고 계획하는 단계이다. 3단계 봉쇄/억제(containment)는 위기의 지속기간을 최소화하기 위해 노력하거나 좀 더 심각한 피해를 막으려고 노력하는 단계다. 4단계 회복(recovery)은 일상적인 조직의 정상적인 형태로 돌아가기 위해 노력하는 단계로 이상의 4단계는 보통 초기, 전개, 절정, 해결의 단계로 위기 진행을 나타내기도 한다. 이후 위기를 평가하고 위기를 통해 무엇을 얻고 잃었는지를 확정짓는 학습단계를 추가하여 위기의 5단계를 이룬다(Fearn-Banks, 1992; Mitroff, 1996). 이 중에서도 두 번째 단계에 해당하는 준비와 예방을 강조함으로써 위기 커뮤니케이션 이론이 성립되면서 위기관리에 있어 조직의 커뮤니케이션 과정이 중요해지게 된다(Fearn-Banks, 1996; J. Grunig & L. Grunig, 1992; J. Grunig & L. Grunig & Ertling, 1992; J. Grunig & Hunt, 1984, J. Grunig & Repper, 1992; Marra, 1992). 두

2) 베노이트의 수사학적인 이미지 회복 전략에 따르면 열린우리당은 탄핵안이 가결되는 순간 “의회 쿠데타”, “민주주의 수호” 등의 말을 사용하면서 자기 입장 강화(bolstering) 전략과 초월(transcendence) 전략을 사용하며 사건의 공격성을 축소하는 전략으로 위기 상황을 정당화했다.

번째 단계에 해당하는 준비와 예방을 강조함으로써 위기 커뮤니케이션 이론을 성립해 나갔다. 특히 퍼른-뱅크스(Fern-Banks, 1996)는 조직의 평판에 최소한의 피해를 주기 위해 계획되는 것을 위기관리라고 규정지었다.

따라서 위기관리를 실시하는 전체 과정 중에서 가장 중요한 것은 커뮤니케이션으로 위기관리는 단순히 위기가 발생했을 경우 이에 대한 기자회견 정도를 준비하는 것만으로 이루어지지 않는다. 위기를 예방하고 위기에 대비하는 계획을 수립하여 이러한 계획이 제대로 실천되는지 검토하는 것이 위기관리 커뮤니케이션의 과정이라고 볼 수 있다(유종숙, 2004). 이윤심(1991)은 위기가 발생한 후의 조치는 물론, 발생 가능한 위기 상황을 미리 예측하여 실제상황에 대비하고 훈련하며 실제 위기를 겪고 난 다음에도 앞날을 위해 철저한 평가를 내리는 일련의 과정이라고 위기관리 과정을 설명한다. 특히 그 중에서도 위기관리의 유비무환적인 특성을 발휘하는 요소는 발생 가능한 위기를 사전에 예측하고 이에 대한 대응책을 마련하는 것이다. 이에 따라 다양한 형태로 나타나는 위기를 예측하기 위해서 예측 가능한 위기관리 모델의 필요성이 강조되면서 위기에 준비하고 대응하는 두 번째 단계의 중요성은 더해졌다.

위기관리에 있어 위기를 단계별로 나눈다는 것은 위기가 발생하고 나면 위기는 어떤 단계적 특성을 따라서 진행해 나간다는 것을 의미한다. 따라서 효율적으로 위기관리를 하기 위해서는 위기 단계의 특성을 이해함으로써 위기에 따른 피해를 최소화하고 정상적인 업무로 복귀하기 위한 시간을 최대한 줄일 수 있다. 어떤 조직이 위기를 통해서 훼손된 이미지를 회복하는 전략은 위기와 쟁점에 있어서 예방적인 측면을 무시하는 것은 아니지만 위기의 발전 단계 면에서 준비과정과 봉쇄전략에 더 초점을 맞추는 과정이다. 위기가 예방될 수 있다면 가장 좋겠지만 속성상 불가피하게 일어난다면 피해를 최소화하고 실추된 이미지를 빠르게 회복하는 것이 관건이 된다. 따라서 이미지 회복 전략은 위기의 발생을 전제로 위기의 속성을 이해하고 준비하는 조직의 전반적인 준비과정과 위기가 발생했을 때의 실행과정을 의미한다(김영욱, 2002).

본 연구에서는 탄핵이 발의되면서 야기된 한나라당과 민주당의 위기 과정에 대해 핑크(1986)의 위기 구분에 따라 발각·발견(detection) ⇒ 준비/예방(preparation/preservation) ⇒ 봉쇄·억제(containment) ⇒ 회복(recovery) 네 단계로 구분하여 우리나라 정당이 위기시, 어떤 이미지 회복 전략을 사용하여 위기관리를 하고 있는지 살펴보았다. 위기 단계에 대한 명확한 구분을 통해 한나라당과 민주당의 위기에 대처하는 이미지 회복 전략을 비교 분석함으로써 단계별로 효율적인 위기관리는 어떠한지 고찰해 보았다.

3) 이미지 회복 전략의 수사학적인 논의

이미지란 연구자들 사이에서 다양하게 정의되고 있어 통일된 견해를 갖기는 힘들지만 정치 커뮤니케이션에서 정당이나 후보의 이미지는 유권자가 정당이나 후보자에 대한 다양한 종류의 메시지를 처리하는 과정에서 만들어진 하나의 ‘종합적 인식’으로 정당이나 후보에 관련된 정보를 처리하고 평가하도록 도와주는 일종의 추론 장치(reasoning device)로 간주되고 있다(Nimmo & Savage, 1976). 정당과 후보자의 이미지는 현대 정치의 선거커뮤니케이션 문화 전반에 있어 중심적 메커니즘으로 기능한다. 따라서 정당과 후보의 이미지가 훼손될 경우 정당의 지지율은 물론 정당의 생명력과 밀접하게 관련되어 있기 때문에 이미지 관리는 정치 커뮤니케이션에서 매우 중요한 부분이다. 따라서 이미지가 손상되면 어떤 식으로든 손상된 이미지를 회복하고자 노력하게 된다.

이러한 상황은 정치 커뮤니케이션뿐만 아니라 개인이나 조직체 등 일상 생활에서 자주 발생하는 공격과 방어의 대결 상황이다. 베노이트(Benoit, 1995a)는 공격과 방어라는 수사학적 상황이 자주 발생하는 일상성 혹은 불가피성을 네 가지 이유를 들어 설명한다. 첫째, 인간이란 돈, 물질, 시간, 공간 등 제한된 자원을 둘러싸고 서로 무자비한 경쟁을 벌이기 때문에 종종 다른 식으로 분배되기를 바랐던 사람들의 분노를 촉발시킨다. 둘째, 우리가 통제할 수 없는 상황들이 우리로 하여금 때때로 책임을 완수하지 못하도록

만든다는 것이다. 셋째, 인간은 실수를 저지르는 불완전한 존재이며 가끔 정직한 실수일 때도 있지만 우리들의 이기심 때문에 저지를 실수가 훨씬 많다는 점이다. 넷째, 인간은 무엇이 중요한가를 놓고 따질 때 우선순위가 각기 다르므로 경쟁적 목적을 지닌 개인들 사이에 갈등이 일어난다는 것이다. 따라서 개인이나 조직은 갖고 있는 이미지를 유지하기 위해서 공격과 방어 전략을 사용하며 자신의 이미지를 유지시키기 위해서 노력한다.

수사학자들은 이미지가 중요하다는 것을 오래 전부터 말해왔다. 첫째, 이미지는 강한 자아 개념의 형성에 이바지한다는 것이다. 우리는 긍정적인 자아 이미지를 달성하고 유지하려는 동기가 주어져 있기 때문에, 만약 자아 이미지가 위협을 받는다면 이를 방어하고자 노력한다는 것이다. 둘째, 이미지는 설득적 커뮤니케이션에서 강한 영향력을 발휘하기 때문에 중요하다는 것이다. 아리스토텔레스(Aristotle)는 오늘날 이미지를 뜻하는 에토스(ethos)가 설득에 있어서 가장 강력한 요인이라고 생각했다(박기순, 2000).

‘이미지 회복(image restoration)’이란 용어는 베노이트(Benoit, 1995a)가 그의 저서에서 처음 사용하기 시작하면서 이미 기존에 연구된 유사한 개념들을 추출하여 이미지 회복 전략 이론을 정립했다. 그가 정립한 이미지 회복 이론들이 가지는 공통된 가정을 살펴보면 커뮤니케이션 활동은 목표지향적 행위라는 것과 좋은 명성(reputation)을 유지하고자 하는 것이 중요한 커뮤니케이션 목표의 하나라는 것이다. 아리스토텔레스의 수사학을 포함하여 대부분의 수사학 이론들은 상대방을 설득하는 것을 포함하여 어떤 일정한 목표를 지향하고 있다(Arnole & Frandsen, 1984). 그러므로 이미지 회복을 위한 커뮤니케이션 활동도 어떠한 목표를 달성하기 위해 벌이는 기능적인 활동이라고 할 수 있다. 이미지 회복 전략은 또한 자신의 명성을 보존하기 위한 적극적인 방어 수단이기도 하다(김영욱, 2002).

이미지 회복을 위한 이론적 토대는 매스미디어 사과이론(theory of mass media apology)을 바탕으로 이루어졌다(Rosenfeild, 1968). 이 이론은 일상생활에서 자주 발생하는 공격과 방어 사이에서 어떠한 태도를 취하느냐에 따라 이미지 회복의 성공 여부가 결정될 수 있음을 제시했다. 이러한 공격과

방어 사이의 관계는 이후 라이언(Ryan, 1988)에 의해 수사학적인 방법으로 좀 더 구체화되었다. 즉, 공격과 방어가 한 세트로 이루어졌으며 따라서 공격과 방어는 늘 연관지어 이루어지는 것이 중요하다고 주장했다. 공격에 비추어서 방어를 생각하고 이미지뿐만 아니라 정책과도 관련된 방어를 강조한 것이다.

이미지 회복을 위한 중요한 동기로 사용된 버크(Burke, 1973)의 ‘죄(guilt)’는 베노이트(Benoit, 1995b)의 수사학적인 분류에 나타나는 ‘희생(victimage)’과 ‘굴욕(mortification)’으로 발전된다. 처음 버크에 의해 나왔던 개념과는 달리 ‘희생’은 웨어와 링크겔(Ware & Linkugel, 1973)의 사과이론(theory of apology)의 수사학적인 네 가지 이미지 회복 전략 중 ‘부인(denial)’ 전략에 더 가까운 개념으로 사용되었다. 뿐만 아니라 사과이론에서 말한 나머지 이미지 회복 전략인 자기 입지 강화(bolstering), 차별화(differentiation), 초월(transcendence) 전략 역시 여러 학자에 의해 공격과 자기 방어 사이에서의 다양한 이미지 회복 전략으로 구분된다.

베노이트(Benoit, 1995b)는 이러한 이론들을 통해 이미지 회복 전략을 집대성했다. 그는 다른 중요한 자산과 마찬가지로 명성이나 사회적 이미지도 잘 관리가 되어야만 가장 좋은 결과를 얻을 수 있다고 보고 개인이나 조직이 천성적으로 자신의 명성이나 이미지를 최대한으로 좋게 만드는 행동을 하는 것을 자연스러운 것이라고 주장했다. 개인이나 조직은 가장 적은 비용으로 명성과 이미지에 가장 많은 도움이 되도록 메시지를 제공하기 위해 5가지 유형의 이미지 회복 전략을 사용한다고 구분했다. 부정(denial), 책임 회피(evading responsibility), 사건의 공격성 축소(reducing offensiveness), 수정 행위(corrective action), 굴욕 혹은 사과(mortification) 등이 그것이다.

쿰즈(Coombs, 1999)는 이미지 회복 전략을 분류함에 있어 부재(non-existence), 거리두기(distance), 환심사기(ingratiatio), 사과(mortification)와 고통(suffering)전략의 다섯 가지로 나누고 각 전략별로 세분화 했는데, 이후 이 전략은 책임(responsibility)의 정도에 따라서 비난자 공격(attack accuser), 부정(denial), 변명(excuse), 정당화(justification), 환심사기(ingratiatio), 행동

수정(corrective action), 전적인 사과(full apology)등으로 재정립되었다. 여기서 중요하게 생각하는 변수는 책임성이 어디에 있느냐 하는 것으로 책임의 소재와 위기의 귀인이 내부에 있는가 혹은 외부에 있는가 하는 점이다. 한편 콤즈는 이미지 회복 커뮤니케이션을 조직이 인정하는 책임의 정도에 따라 목록화할 수 있는 것처럼 위기의 종류도 조직이 관여한 책임의 정도에 따라 분류할 수 있다고 하였다. 따라서 조직이 위기 상황에 대해서 책임이 있다면 공중에 대해서 방어적인 전략보다는 공중의 요구를 수용하는 전략을 사용하기 때문에 베노이트의 이미지 회복 전략 틀에 적용시켜보면 굴욕이나 수정 행위 전략을 사용하는 것이 효과적이다. 그런가 하면 반대로 조직이 위기 상황에 대해서 책임성이 낮다면 공격적인 성향이 높아지기 때문에 공격자 공격이나 부인 등의 전략을 사용하는 것이 바람직하다.

이에 따라 본 연구에서는 탄핵안 가결로 인한 한나라당과 민주당의 위기를 베노이트의 수사학적 분류에 따라 어떤 전략을 사용했는지 비교 분석함으로써 조직이 위기 상황에서 적절한 커뮤니케이션 전략을 사용했는지 알아보았다. 특히 한나라당과 민주당은 17대 총선에서 상반된 결과를 맞이하면서 이미지 회복에 있어 적절한 커뮤니케이션 전략을 어떻게 적용시켰는지 구체적인 자료와 분석을 통해 알아볼 수 있으리라 생각된다.

3. 연구문제 및 연구방법

1) 연구문제

위기는 조직을 위협한다. 이러한 위협은 조직의 이미지(명성)에 심각한 영향을 미치는 잠재적인 위기로 나타나게 된다. 조직의 이미지(명성)와 관련해 중요한 것은 '신뢰'와 이해 관계자들 사이에서 사회적인 기대를 수행할 수 있는 조직의 능력이다. 만약 위기로 인해 조직의 이미지(명성)가 훼손되기 시작하면 조직은 재정적, 심리적 위기를 맞게 되며 더 나아가서는 조직의

존재까지도 위협받게 된다. 그러므로 조직은 위기관리 커뮤니케이션 전략을 통해서 명성의 훼손을 줄이거나 제거하여 조직을 보호하는 방법을 찾아야 한다. 위기관리 전략은 조직이 위기에 대응하기 위하여 사용하는 실제적인 행동을 말한다. 커뮤니케이션은 언어적 형태와 비언어적 형태로 구별되므로 위기 커뮤니케이션 전략들은 위기를 직접 다루는 언어적 형태와 비언어적 형태, 즉 행동으로 구성된다. 따라서 위기상황에서 어떠한 커뮤니케이션 전략을 사용하느냐 하는 문제는 조직에게 매우 중요한 부분이라 할 수 있다.

이에 따라 본 연구에서는 두 가지 위기관리 커뮤니케이션 전략 중에서 언어적 형태의 위기관리 커뮤니케이션 전략들을 살펴보았다. 수사학이 상대방을 설득하기 위한 도구로 사용했던 것과 마찬가지로 언어적 형태의 위기관리 커뮤니케이션 전략도 위기관리를 위한 도구로 사용되었기 때문이다. 이와 같은 이론과 문제의식을 배경으로 다음과 같은 연구문제를 설정하였다. 먼저 탄핵 위기를 통해서 위기에 대응하는 우리나라 정당의 이미지 회복 전략의 전체적인 특징이 어떠한지 수사적 표현을 중심으로 살펴보았다. 특히 여당과 야당의 구분이 아니라 야당인 한나라당과 민주당을 중심으로 살펴보았기 때문에 국가 위기를 초래한 정당의 위기관리 과정을 통해 우리나라 정당의 이미지 회복 전략의 특징을 전체적으로 다루었다. 더불어 이미지 회복에 성공한 정당과 실패한 정당의 비교분석을 통해서 정당간의 이미지 회복 전략에는 어떠한 차이가 있는지를 살펴보았다. 아울러 이 전략이 위기가 진행됨에 따라 어떠한 변화 과정을 보이고 있는지를 분석, 정당의 이미지 회복 전략에 효과적인 전략은 어떠한지를 살펴보았다.

<연구문제 1> 정당이 탄핵으로 인한 위기를 맞이했을 때, 정당이 위기관리를 위해 사용한 이미지 회복 전략은 전체적으로 어떠한 특징을 가지고 있는가?

<연구문제 2> 정당이 탄핵으로 인한 위기를 맞이했을 때, 정당간의 이미지 회복 전략에 따라 정당의 위기관리는 어떠한 차이를 보이는가?

<연구문제 3> 탄핵 위기 과정이 진행되는 것에 따라 사용된 정당의 이

미지 회복 전략을 통해 정당의 위기관리는 어떠한 차이를 보이는가?

2) 분석사건

2004년에 들어서면서 노무현 대통령의 재신임 여부에 관한 대통령 발언은 국민들은 물론이거니와 정당간 첨예한 화두로 떠올랐다. 그러한 가운데 노무현 대통령의 총선 결과에 따른 재신임 발언은 야당의 공격을 받을만한 발언이었다. 아직까지 대통령의 직접적인 정당 활동이 확연하게 구분되어 있지 않는 우리나라의 정치적인 상황에서 '열린우리당이 다수당이 되면 대통령을 재신임한다는 뜻'이라고 확정한 노무현 대통령의 발언은 야당인 한나라당과 민주당의 입장에서 반발할 수밖에 없는 사안이었다. 그렇지만 문제는 반발의 수위가 어느 수준으로 이루어지느냐는 것이었다. 민주당의 조세형 대표는 2004년 3월 9일 탄핵안을 발의했고 한나라당은 민주당의 탄핵안 발의에 공조할 것인지 아닌지에 대해 의견이 분분한 상황이었다. 한편, 열린우리당은 여소야대 정국에서 민주당과 한나라당이 탄핵안을 가결할 것에 대비하여 국회를 점거하고 농성을 벌이면서 탄핵안 가결을 몸으로 막는 상황이었다. 그렇지만 2004년 3월 12일 박관용 국회의장은 국회 질서권을 발동했고 야당인 민주당과 한나라당은 탄핵안을 가결시켰다. 따라서 2004년 3월 9일 국회에서 '대통령 탄핵안'이 발의되어 같은 달 12일, 탄핵안이 가결되고 5월 14일 헌법재판소에서 탄핵안이 무효임이 발표되는 순간까지 우리나라는 대통령 부재의 위기 상황이 이어지고 있었다.

한나라당과 민주당의 공조를 토대로 통과된 탄핵안에 대해 국민들은 '다수당의 횡포', '민주주의 사망'이라며 대통령 탄핵을 받아들이지 못하고 분노는 높아져 갔다. 분노에 찬 국민들의 촛불시위는 계속 이어졌고 심지어 노사모 회원은 국회 앞에서 분신하는 사태까지 발생하였다. 이에 따라 한나라당과 민주당의 지지율은 턱없이 떨어지기 시작했다. 국민들의 동의 없이 통과된 탄핵안 가결은 국민들의 분노를 이끌어 내기에 충분했다. 국민들은 국가 위기를 야기시킨 한나라당과 민주당을 외면했고 이는 곧 한나라당과

민주당의 절체정명의 위기 상황으로 이어졌다.

‘탄핵’ 사건 이후 국민의 분노는 지금까지 한나라당과 민주당이 가지고 있었던 기존 이미지에 치명적인 영향을 주었다. 따라서 탄핵 정국은 한나라당과 민주당의 존폐 여부를 가릴 정도의 커다란 정치적 위기 상황이었다. 국민들의 분노는 정당의 정치적 성향을 나누는 것도 아니었고 노무현 대통령의 자질 문제를 생각하는 것도 아니었다. 다만 국민들이 느끼는 국회의 폭력과 민주주의 사망이라는 인식이 한나라당과 민주당으로서는 커다란 위기였다. 더군다나 4월 15일 제17대 총선을 앞둔 상황이었기 때문에 두 정당은 정치적 입지가 불확실한 중요한 상황이었다. 그렇지만 두 정당이 똑같이 겪게 된 위기 상황은 위기가 진행되면서 다른 양상을 보이게 된다. 2004년 4월 15일 제17대 총선에서 두 정당의 지지율이 극명한 차이를 보였기 때문이다. ‘탄핵’에 함께 공조했던 두 당이었지만 불과 한 달 사이에 한나라당의 지지율은 거의 제자리로 돌아간 반면, 민주당의 지지율은 전혀 회복되지 못했다. 따라서 이러한 두 정당의 모습을 통해 두 정당이 위기관리를 위한 이미지 회복 전략에 차이가 있음을 예상해 볼 수 있다.

3) 연구방법

이 연구는 탄핵이 처음 발의된 2004년 3월 9일부터 헌법재판소에서 기각된 2004년 5월 14일까지를 기본 분석 기간으로 삼았다. 위기상황이라고 볼 수 있는 ‘탄핵’ 이전의 각 정당이 국회에서 차지하고 있는 의석수와 제17대 총선 결과를 비교분석함으로써 한나라당과 민주당의 위기관리 성공 여부를 가늠했다. 16대 총선 결과 273석 중 한나라당이 148석, 민주당이 88석을 차지했으며 민주당은 노무현 대통령을 당선시킨 집권 여당이 되었으나 노무현 대통령이 당선된 이후 열린우리당으로 분당되면서 집권 여당의 지위를 빼앗겼다. 16대 총선의 투표율은 57.2%였고, 이 중 각 당에 대한 지지율은 한나라당 39%, 민주당 35.9%, 자민련 9.8%였다. 이 중 민주당이 실제 탄핵에 반대한 열린우리당으로 분화된 점을 감안한다면 16대 총선 당시 민주당

에 대한 국민의 지지율은 20.5%(현 두 당 의원 수 기준)로 대략 추정할 수 있다. 따라서 제17대 총선은 열린우리당, 한나라당, 민주당 모두에게 정당의 지위를 결정지을만한 중요한 선거라 할 수 있다.

핑크(1986)의 위기단계 구분에 따라 노무현 대통령의 탄핵으로 인한 한나라당·민주당의 위기를 네 단계로 시기별로 구분하면 초기 단계는 2004년 3월 9일, 민주당이 탄핵안 발의를 하자 한나라당이 동조를 하여 국회에 탄핵안 발의를 한 시기를 잡았다. 탄핵안이 발의되자 열린우리당이 이를 저지하기 위해 국회를 점거하며 정치적 갈등이 첨예했던 기간으로 국민이 정치적인 불안감을 느끼기 시작함으로써 위기의 경고를 느낄 수 있는 시작 단계라고 볼 수 있다. 2단계는 2004년 3월 12일 탄핵안이 가결되자 국가수반의 공적으로 인한 국가적 위기를 야기시킨 한나라당과 민주당에 대해 국민의 불신이 고조되는 기간으로 위기의 전개기간이라 할 수 있다. 3단계는 17대 총선의 선거 운동 기간으로 한나라당과 민주당이 위기를 최소화하기 위해 선거운동을 통한 이미지 회복에 총력을 기울였던 시기로 핑크가 말한 위기의 봉쇄, 억제(containment) 단계이며 위기관리의 절정에 해당한다고 볼 수 있다. 마지막 단계는 위기의 회복(recovery) 단계로 17대 총선 결과 한나라당이 위기관리상 어느 정도의 이미지를 회복하며 여당을 견제할 수 있는 제1야당이 되었고 민주당은 총선에서 참패, 정당이 정상적인 모습으로 돌아오기 위해 조직을 다시 점검하는 시기를 잡았다. 결국, 2004년 5월 14일 헌법재판소가 탄핵을 위헌으로 판결내림으로써 위기가 해결되는 단계로 구분하였다. 탄핵안이 국회에서 가결되면서 위기과정이 전개되었기 때문에 헌법재판소의 기각 결정이 발표되는 2004년 5월 14일을 회복 단계의 기준으로 삼았다.

이 기간 동안 한나라당과 민주당 각 정당의 대표 및 대변인 전문과 기자 회견 및 인터뷰 내용 전문을 분석대상으로 삼았다. 대변인의 논평을 각 정당의 이미지회복 전략의 분석대상으로 삼은 이유는 대변인 논평이 쟁점에 대한 당론을 확산시키거나 당과 후보자의 입장을 신속하고 정확하게 언론에 제공함으로써 쟁점을 주도하며, 언론을 통해 대 국민 이미지를 제고시킬 수

<표 1> 위기 단계 구분과 탄핵안 가결로 인한 위기 사례 적용

단계		특징	한나라당민주당 적용
1단계	발각, 발견 (detection)	시작단계로 조직이 경고의 신호나 시작을 보게 됨	초기: 탄핵 발의(2004.3.9~2004.3.11) 한나라당과 민주당이 탄핵안 발의안을 제출한 이후 열린우리당이 국회를 점거하고 농성을 벌이는 기간
2단계	준비/예방 (preparation/prevention)	경고 신호를 유의하고 예방 캠페인을 통해 위기를 피하거나 위기에 대처할 수 있는 캠페인을 준비하면서 계획을 세우는 단계	전개: 탄핵안 가결 이후(2004.3.12~2004.3.31) 국회에서 탄핵안이 가결되고 국민으로부터 한나라당과 민주당이 외면당하면서 조직의 위기 상황이 고조되는 상황
3단계	봉쇄, 억제 (containment)	위기의 지속기간을 최소화하기 위해 노력하거나 좀 더 심각한 피해가 발생하는 것을 막는 단계	절정: 선거기간(2004.4.1~2004.4.14) 제17대 총선 선거 운동 기간으로 한나라당과 민주당이 위기를 최소화하기 위해 노력하는 기간
4단계	회복 (recovery)	일상적인 사업의 정상으로 돌아가려고 노력하는 단계	해결: 선거결과와 현재판결(2004.4.15~2004.5.14) 17대 총선 결과와 탄핵 발의안 기각이라는 현재판결 결과로 한나라당과 민주당이 일상으로 돌아가는 단계
5단계	학습 (learning)	위기를 평가하고 위기를 통해 무엇을 얻고 잃었는지를 확정짓고 위기에서 미래의 시작으로 돌아서는 단계	

있는 일차적인 커뮤니케이션 통로이기 때문이다(제15대 대통령 선거 백서, 1998). 이와 함께 《조선일보》, 《한겨레신문》, 《중앙일보》, 《오마이뉴스》를 통해 각각의 기자회견 및 인터뷰 내용 전문을 분석했다. 언론사를 통한 기자회견과 인터뷰 내용은 ‘탄핵’이라는 검색어를 사용한 뒤 ‘인터뷰’를 재검색했다.³⁾ 탄핵과 관련된 인터뷰 기사와 그와 관련된 정치인의 발언

3) 《조선일보》, 《한겨레신문》은 카인즈 검색기를 사용하였으며 《중앙일보》와 《오마이뉴스》는 카인즈 검색기를 사용할 수 없어 각각의 매체를 따로 검색하

은 총 125건이었으며 인터뷰와 정치인의 발언 및 분석 대상으로 구분하여 코딩하였다. 한편, 한나라당과 민주당의 당대표 발언, 대변인 논평, 선거 홍보물 등은 한나라당 239건, 민주당 167건을 분석하였으며 이 중 하나의 발언에서 두 가지 이상의 이미지 회복 전략을 사용하였을 경우 복수 코딩하여 총 668건의 이미지 회복 전략이 사용되었다.

분석대상으로 삼은 한나라당과 민주당 각 정당의 대표 및 대변인 전문과 기자회견 및 인터뷰 내용 전문을 통해 두 정당의 위기관리 과정을 살펴보기 위해 본 연구에서는 베노이트의 수사학적인 이미지 회복 전략의 구분을 응용하기로 했다. 베노이트의 이미지 회복 전략은 정치 커뮤니케이션 연구에 적합한 항목으로 구성되어 있다. 본 연구에서는 베노이트가 정리한 5가지 전략 부인 전략, 책임회피 전략, 공격성 축소 전략, 개선 행위 전략, 사과 전략을 이용하였다. 특히 맥로긴, 코디, 오헤어(McLaughlin, Cody & O'Hair, 1993)의 연구에서 사용된 '침묵(silence)'은 이후 국내에서도 정치 커뮤니케이션 연구에서 중요한 이미지 회복 전략으로 사용됨을 알 수 있어 그 분석틀을 이용하였다. 침묵 전략은 발언을 하는 사람이 느끼기에 당황스러운 정도로 사건이 심각하거나 발언을 하면 일이 더욱 심각해질 거라고 생각되는 특수한 상황일 때 언급을 피하는 전략이다. 우리나라 정치 커뮤니케이션에서 정당이나 정치인 개인의 비리가 터졌을 때 많이 사용되는 전략임이 후속 연구를 통해 알 수 있었기에 정당의 위기를 연구하기 위한 적절한 항목이라 생각하여 '침묵' 전략을 분석의 유목으로 사용하였다.

따라서 본 연구에서는 베노이트의 이미지 회복 전략의 구분을 한국적 정치 상황에 알맞도록 재구성해 보았다. 특히 노무현 대통령 탄핵 사건으로 인한 한나라당과 민주당의 위기관리를 위해 두 정당이 어떠한 이미지 회복 전략을 사용했는지 알아봄으로써 우리나라 정당의 위기관리 상황을 살펴볼 수 있다고 판단되었다. 이에 따라 본 연구에서는 베노이트의 분석틀에서 몇 가지 항목은 기업 위기관리 전략에 사용하였던 용어를 한국적 정치 커뮤니케이션에 상황에 더 적절한 용어로 바꾸어 조작적 정의를 내렸다. 능력 부족

였음을 밝힌다.

전략(defeasibility)은 실행 불가능 전략으로, 자기 입장 강화(bolstering) 전략은 지지 전략으로, 개선행위 전략(corrective action)은 미래지향 전략으로, 사과 전략(mortification)은 굴욕 전략으로 수정하여 사용하였다. 아울러 맥로긴, 코디, 오헤어의 연구에서 사용한 침묵(silence) 전략도 사용하였다. 따라서 본 연구는 부인전략, 책임회피 전략, 사건의 공격성 축소 전략, 수정행위 전략, 굴욕 전략, 침묵 전략으로 크게는 6개 전략으로 구분하여 살펴보았다. 여기에서 다시 부인전략은 ① 단순부인 ② 책임전가 전략으로 나누고 책임회피 전략은 ① 희생양 만들기 ② 실행불가능 ③ 사고 ④ 좋은 의도로 구분하였다. 사건의 공격성 축소 전략은 ① 지지 ② 최소화 ③ 차별화 ④ 초월 ⑤ 비난자 공격으로 세분화하여 총 15개의 세부 전략으로 나누어 분석하였다.⁴⁾

위의 분석 유목을 토대로 수집된 668건의 정치인 발언, 인터뷰 내용, 대변인 논평과 발언, 선거홍보물 문구 등을 이미지 회복 전략에 따라 내용분석하고 이를 세부적으로 다시 분석하였다. 내용분석은 3명의 훈련된 대학원생 코더들에 의해 실시되었다. 분석 대상에 대한 본격적인 코딩 작업을 시작하기 전에 분석 유목에 대한 정의와 타당성을 검토하기 위한 분석대상의 10%를 예비 조사했다. 이를 위해 홀스티의 신뢰도 계수 방법을 이용해 코더간의 신뢰도를 측정했으며 코더간 신뢰도는 85%로 나타났다. 여기에서 의견이

4) 15개의 이미지 회복 전략에 대한 조작적 정의는 세부 전략의 명칭으로서 명명한 이름으로 충분히 설명할 수 없는 것들만 다시 정리한다.

실행 불가능 전략: 개인이나 정당의 힘으로는 어쩔 수 없이 탄핵이 발생하였다는 의미

사고 전략: 사고의 결과로 일어난 일이라고 책임을 회피하는 전략

좋은 의도: 좋은 의도로 행한 일이 뜻하지 않은 국가의 혼란을 가져왔다는 전략

지지 전략: 탄핵에 대한 정당성을 주장하는 전략

최소화 전략: 탄핵으로 인해 일어난 부정적인 면을 최소화시켜 보이려는 전략

차별화 전략: 비난을 받은 자가 저지른 것과 유사하지만 그보다 더 바람직하지 않는 행동과 비교함으로써 차별화하는 전략

초월 전략: 탄핵과는 상관없는 일로서 사건의 공격성을 축소시키는 전략

보상 전략: 탄핵으로 인한 손상을 다른 것으로 보상해줌으로써 탄핵으로 인한 위기를 축소시키는 전략.

일치하지 않는 부분은 코더간 논의를 통하여 합의하였다.

4. 연구결과

1) 정당 이미지 회복 전략의 전체적인 특징

‘탄핵 위기를 맞이했을 때, 정당의 이미지 회복 전략은 전체적으로 어떠한 특징을 가지고 있는가?’ 이를 연구하기 위해 한나라당과 민주당의 위기 단계를 살펴본 결과, 두 정당에서 사용한 커뮤니케이션 이미지 회복 전략은 다음과 같다. <표 2>는 탄핵안 가결로 인한 한나라당과 민주당의 위기 상황과 연관된 각각의 기자회견과 인터뷰, 당대표 성명, 대변인 논평 및 성명에 나타난 발언과 선거홍보물 문구 등을 이미지 회복 전략의 구분에 의해 나누어 놓은 결과이다. 이 구분은 6가지 전략과 15개의 유목을 바탕으로 한 베노이트의 수사학적 분석 방법의 틀에 근거하였으며 두 정당은 그 중 12개의 전략을 사용하였다.

두 정당의 이미지 회복 전략을 분석한 결과, 한나라당과 민주당은 이미 두 정당의 합의를 통해 탄핵안을 가결시켰기 때문에 부인 전략은 사용할 수 없었다. ‘탄핵안 가결’은 국가 행정부 수반이자 국가를 대표하는 대통령을 탄핵한 사건으로 국가 조직에 커다란 위기 상황을 불러일으켰다. 따라서 두 정당은 국가 위기를 불러일으킨 ‘죄’에 대해 부인할 수 있는 여지가 없었다. 따라서 한나라당과 민주당은 위기에 대한 조직적 책임을 가장 높이 느끼고 있었다.

<표 2>를 살펴보면 위기에 대한 조직의 책임성이 높은 경우, 부인 전략이 사용되지 않는 것이 바람직하다는 콤즈의 이론이 적용되었음을 알 수 있다. 그러나 콤즈의 이론과는 다르게 한나라당과 민주당 모두 비난자 공격을 가장 많이 사용하면서 위기에 대한 조직의 책임이 높은 경우 비난자 공격을 사용하지 않는 것이 바람직하다는 그의 이론과는 정당의 이미지 회복

전략이 다르게 사용되었음을 알 수 있다. 비난자 공격 전략은 두 정당의 전체 이미지 회복 전략 668건 중 328건으로 49.1%를 차지하며 거의 과반수에 달하는 비율을 차지하고 있다. 이에 비해 조직의 책임성이 높은 경우 굴욕이나 수용 전략, 본 연구에서는 미래 지향으로 수정된 전략을 많이 사용하는 것이 바람직하다는 콧츠의 이론은 다르게 나타났다. 전체 668건 중 미래지향 97건(14.5%)이 두 번째로 많이 사용되면서 위기에 대한 정당의 책임의식이 높게 나타났음을 보여주고 있지만 굴욕 전략 22건(3.3%)과 합쳐도 전체 1/5을 넘지 못하고 있는 것을 보면 알 수 있다. 그렇지만 두 정당의 이미지 회복 전략 중 미래 지향 전략은 비난자 공격 전략 다음으로 높게 나타남으로써 신뢰를 잃은 두 정당이 위기 사건을 잊고 새로운 정치에 대한 미래를 공중에게 약속함으로써 이미지를 회복하고자 하는 모습을 보이고 있다.

<표 2> 이미지 회복 전략의 사례 빈도

이미지 회복 전략	사례(%)
희생양만들기	15(2.2)
실행불가능	5(0.7)
좋은 의도	3(0.4)
지지	73(10.9)
최소화	56(8.4)
차별화	18(2.7)
초월	47(7.0)
비난자공격	328(49.1)
보상	1(0.1)
미래지향	97(14.5)
굴욕	22(3.3)
침묵	3(0.4)
Total	668(100.0)

다음으로 높은 비중을 사용한 전략은 지지 전략 73건(10.9%)이며, 최소화 전략 56건(8.4%), 초월 전략 47건(7.0%)의 순서로 나타났다. 따라서 미

래 지향 전략을 제외하면 비난자 공격 전략을 포함하여 지지 전략, 최소화 전략, 초월 전략이 많이 사용되어 배노이트의 5가지 전략으로 따지면 사건의 공격성 축소 전략이 528건(78.3%)으로 전체 이미지 회복 전략의 4/5를 차지하며 대부분의 전략을 공격성 축소 전략으로 사용하고 있는 것을 알 수 있다.

본 연구에서 지지 전략은 탄핵의 정당성을 표현하며 자신의 입장을 강화하고 탄핵 가결이라는 위기 상황에 대해서 정면 승부하는 전략을 뜻한다. 국가의 위기 상황을 초래하고 정당 붕괴 상황과 같은 조직의 절대적인 위기 상황을 맞았음에도 불구하고 탄핵안 가결이 “민주주의 수호”라는 대의명분과 정당성을 알려 나가며 자신의 입장을 유지하고 있음을 보여주고 있다. 자기 입장 강화 전략의 변형된 형태로 나타난 ‘지지 전략’이 높은 비율을 차지하는 것은 정당 조직의 이미지 관리시 나타나는 특징이 다른 조직과는 차이가 있기 때문이다. 위기관리시 높은 조직적 책임감으로 인해 오히려 굴욕 전략이나 사과 전략을 사용하고 잘못을 시인하는 것보다는 잘못된 사건의 정당성을 알려나가며 조직과 개인의 이미지를 회복하는 것이 정치적인 이미지를 좋게 하고 사회에 대한 높은 책임의식을 지니고 있는 것으로 정치인 스스로가 판단하기 때문인 것으로 보여진다. 즉, 지지 전략이 세 번째로 많이 사용되었다는 것은 정치인으로서 소신껏 자신의 의견을 개진하고 있다는 것을 보여줌으로써 ‘소신있는 정치인’의 이미지를 유지하고자 하는 것이다.

다음으로 나타난 최소화 전략의 사용은 기업이나 다른 여타의 조직이 위기 사건에서 빨리 벗어나 원래의 상태로 돌아오기 위해 최소화 전략을 사용하는 것처럼 한나라당이나 민주당 역시 탄핵의 위기를 가장 축소화시킴으로써 위기를 벗어나기 위해 이 전략을 많이 사용한 것으로 분석된다. 다음으로 많이 나타난 초월 전략은 공중으로부터 탄핵이라는 위기를 통해 ‘거대 여당’이 탄생하는 것은 국가의 민주주의가 훼손되고 국가 조직이 여당의 독단적인 파행운영으로 이어질 수 있음을 드러내면서 사건의 본질과는 전혀 다른 관심을 공중으로부터 이끌어 내면서 위기를 벗어나고자 하는 전략이다. 탄

핵안 가결이라는 위기 상황에서 벗어나고자 정당 조직이 본래 갖고 있는 이미지를 환기시키거나 다른 방식을 사용함으로써 초월 전략은 미래 지향 전략과는 차이를 보인다. 초월 전략은 다른 모습으로 공중의 관심을 돌리면서 정당 본래의 이미지를 회복하고자 하는 모습을 보이고 있다.

한편, 굴욕 전략은 22건(3.3%)으로 나타났으며 탄핵안 가결을 통해 국가의 위기를 초래한 것에 대한 책임을 지는 것으로서 이는 정당의 입장이 직접적으로 나타나기 보다는 개별적인 정치인의 입장에서 이루어졌다. 특히 정당 정치를 하는 우리나라의 정치적 현실을 이용하는 경우라 할 수 있다. 즉, 정당 조직의 결정을 따르긴 했으나 조직의 결정이 내려지기 전까지는 탄핵안 가결안에 반대했다는 뜻을 피력하면서도 국가의 혼란을 가중시킨 위기 상황을 초래한 것에 대한 사과를 분명히 함으로써 탄핵안이 철회되어야 한다는 입장을 보이는 것이다. 그렇지만 이와 같은 굴욕 전략은 정당의 입장이 아닌 한나라당의 소장파, 민주당에서는 설훈 의원 등의 정치인 개인으로서의 주장으로 이는 정당의 입장을 대변하기 보다는 정치인 개인의 이미지를 회복하는 데 우선한다. 또한 굴욕 전략은 ‘실행 불가능’ 전략에서 보여지는 당론의 결정에 따랐으므로 어쩔 수 없었다는 책임회피 전략과는 구분이 되어야 한다. 즉, 국민에게 탄핵안 가결이 잘못되었음을 시인하고 조직의 위기를 벗어나기 위해서는 탄핵안을 철회해야 한다는 전략을 사용한 것으로 공중에게 정당한 사죄를 통해 위기를 벗어나려고 하는 모습이 다른 점이다. 한나라당의 경우 최병렬 한나라당 대표 퇴진 이후 당대표 경선에 임했던 김문수 후보가 ‘탄핵안 철회’를 주장하면서 굴욕 전략을 통해 이미지 회복을 시도했다.

이 외에도 실행 불가능 전략 5건(0.7%), 좋은 의도 전략 3건(0.4%), 침묵 전략 3건(0.4%), 보상 전략 1건(0.1%)을 사용했으나 많은 비율을 보이고 있지는 않고 있으며 사고 전략은 전혀 사용하지 않았다. 이상과 같은 이미지 회복전략의 전체적인 개관에서 나타난 표현상의 특징을 살펴보면 다음의 <표 3>과 같다.

탄핵안 가결로 위기상황을 맞은 한나라당과 민주당 이미지 회복 전략의

표현상 특징을 살펴보면 책임회피 전략으로 사용되는 희생양 만들기 전략은 정당 조직 내부의 조직원에게 책임을 회피하는 경우와 조직 외부에 원인을 돌리는 두 가지 경우로 나뉠 수 있다. 조직 내부에 원인을 돌리는 희생양 만들기 전략은 민주당에서 많이 이루어졌으며 이는 설훈 의원이 탄핵안 가결을 두고 민주당 지도부의 총사퇴를 건의하며 삭발식을 하는 등의 당내 분열이 일어나자 정균환 민주당 의원은 “순교자라구? 그 양반 속내를 알아? 당이 어려울 때는 자기희생을 생각해야지, 나만 아니라면서 빠져나가는 것은 옳지 않죠.”(『오마이뉴스』, 2004. 4. 4)라며 조직내 희생양을 만들어 탄핵의 정당성을 지키는 전략을 고수했다. 반대로 탄핵안 철회를 주장했던 민주당의 설훈 의원은 “조대표의 퇴진 없이는 민주당이 거듭날 수 없다”는 식으로 조순형 대표를 희생양으로 만들면서 희생양 만들기 전략을 사용함과 동시에 국민에게 진심으로 사과하는 굴욕 전략을 동시에 나타내고 있다. 이와는 달리 한나라당과 민주당 모두 조직 외부에 희생양을 두고 책임을 회피하는 전략을 사용하기도 했다. “언론의 악의적인 보도행위”, “편파 보도” 등의 표현을 사용하며 탄핵안 가결에 대해서 국민 여론이 조작되었고 국가적인 위기가 아니라는 식으로 위기 상황을 무마하려는 책임 회피 전략이 주로 사용되었다. 실행 불가능 전략은 “당론 결정에 따른 행동”, “탄핵에 대한 심한 자괴감이 들었지만 어쩔 수 없었다”는 식으로 당의 결정에 따를 수밖에 없었다는 뜻을 피력함으로써 정당 조직원 개인의 이미지 회복 전략으로 사용되는 경우가 있었다. 한편, 같은 책임회피 전략의 하나로서 좋은 의도로 사용된 전략은 “탄핵의 정당성을 제대로 국민에게 전달하지 못한 조직의 책임에 대해 죄송”이라는 표현으로써 당 조직이 탄핵의 불가함을 제대로 알리지 못해 당의 이미지가 훼손되었다고 책임 회피를 한 경우라고 할 수 있다. 좋은 의도 전략은 탄핵의 정당성을 동시에 전달함으로써 책임 회피 전략과 지지 전략을 동시에 사용하고 있다. 아울러 국민에게 죄송하다는 사과 의 뜻을 전함으로써 굴욕 전략까지 동시에 사용하는 모습을 볼 수 있다.

<표 3> 탄핵안 가결로 위기상황을 맞은 한나라당과 민주당 이미지 회복 전략의 표현상 특징

이미지 회복 전략		표현
책임회피	희생양 만들기	‘당의 정체성 훼손, 지지세력 이탈시킨 사람들’ - 정당 조직 내부의 개개인에게 책임회피 ‘언론환경·방송·편파보도’ ‘MBC와의 싸움’ ‘언론의 악의적인 보도행위’- 정당 조직 외부에 책임회피
	실행불가능	‘당론 결정에 따른 행동’ ‘탄핵에 대한 심한 자괴감’
	좋은 의도	‘탄핵의 정당성을 국민에게 전달하지 못한 점 죄송’
사건의 공격성 축소	지지(정당성)	‘탄핵 철회 생각없다’ ‘올바른 판단’ ‘의회주의 승리’
	최소화	‘천막 당사로서 당당히 책임’ ‘현장에서 돌팔매를 맞더라도 당이 걸림돌이 되지 않도록 최선’ ‘탄핵의 막연한 불안감은 곧 해소될 것’
	차별화	‘그것도 지역주의라고 폄하한다면 태평양에 가서 구원을 얻으란 말이나’
	초월	‘거대여당 견제’ ‘김심이 민주당에’ ‘쉬지않고 뛰었다’ ‘아버지 향수’ ‘당의 정통성’
	비난자공격	‘노무현 정부의 모험주의와 급진적 성향’ ‘유능한 CEO 자살’ ‘대통령 총선 개입’
	보상	‘이번 총선은 여지껏의 노무현정권과 열린우리당을 심판하는 자리’
미래지향	‘거듭나는 모습’ ‘정치문화 바꾸는데 일조하겠다’ ‘다시 태어나는 한나라당’ ‘자기 혁신’ ‘잘못된 관행 청산’	
굴욕	‘자기반성과 자기개혁 필요’ ‘탄핵 철회’ ‘뼈를 짚는 변화’ ‘환골탈태’ ‘고난의 길을 같이 갈 각오’	
침묵	‘지금 말할 때가 아니다’	

사건의 공격성을 축소하는 전략 중 하나인 지지 전략은 “탄핵 철회 생각 없다”, “탄핵은 올바른 판단이다”, “탄핵은 의회주의의 승리다”라는 표현 등을 사용하며 탄핵안 가결 이후에도 탄핵안이 올바른 선택이었음을 정당화시키는 전략이다. 지지 전략에서 사용되었던 “탄핵은 노무현 대통령이 자초한 것”이라고 말한 것은 탄핵이 올바른 선택이었음을 밝히면서도 노무현 대통령을 공격함으로써 비난자 공격 전략을 동시에 사용하는 것이라고 할 수 있다. 최소화 전략은 탄핵으로 인해 일어난 부정적인 면을 최소화시켜 생각했던 것보다 탄핵 위기가 작다는 것을 각인시키는 전략으로 “탄핵의 막연한 불안감은 곧 해소될 것”, “천막 당사로서 당당히 책임지는 모습을 보여주겠다”는 등의 말을 통해 탄핵의 위기가 축소되고 있음을 보여주고

있다. 차별화 전략은 민주당의 추미애 대표가 “그것도 지역주의라고 폄하한다면 태평양에 가서 구원을 얻으란 말이냐(2004. 4. 7)” 라며 자신의 3보1배를 비난하자 응수하며 사용한 말로 유사한 지역주의 부추김을 공격하는 열린우리당을 다시 공격함으로써 차별화를 시도하고 있다. ‘거대여당 견제’를 위해 한나라당과 민주당을 지지해 달라는 말을 반복함으로써 거대여당의 독단적인 의회주의를 막아야 한다고 지적함으로써 공중의 관심을 탄핵에서 멀어지게 하는 초월 전략 또한 많이 사용되었다. 한나라당 박근혜 대표가 박정희 대통령의 향수를 살리며 ‘아버지 향수’라는 단어를 사용했다. 비난자 공격 전략은 가장 많이 사용된 전략으로 “말썽 많은 자식이 효도한다는 말처럼 효도 많이 할테니 한나라당에 마지막 기회를 달라”(한나라당 박근혜 대표, 2004. 4. 3)며 총선 당시 인천 유세에서 열린우리당 정동영 의장의 ‘노인 폄하 발언’을 겨냥하며 이와 같은 비난자 공격 전략을 사용하기도 했다. “노무현 정부의 모험주의와 급진적 성향”, “대통령 총선 개입” 등의 발언을 통해 탄핵으로 인한 위기를 초래하게 했던 원인 제공자의 잘못을 지적하고 공격함으로써 이미지를 회복하는 전략을 사용했다. 보상 전략은 전체 이미지 회복 전략 중 1건밖에 차지하지 않았지만 “이번 총선은 여지껏의 노무현 정권과 열린우리당을 심판하는 자리” 라며 위기를 겪는 동안 힘들었던 과정에 대한 보상이 나타나 있다.

한편, 조직의 이미지를 회복하기 위해서 사용하는 미래 지향 전략의 주된 표현 방법은 미래에 대한 정당의 약속이다. 대부분은 “개혁”, “정치문화를 바꾸는 데 일조”, “거듭나는 모습” 등의 수사학적인 표현을 사용하며 현재 위기를 초래했던 조직의 안 좋은 이미지를 없애고 미래에는 공중에게 새롭고 참신한 이미지로 다가갈 수 있도록 노력하는 모습으로 여겨진다. 또한 ‘지금엔 말할 때가 아니다’라며 정당의 위기 상황을 위해 사용된 침묵전략은 탄핵을 주도했던 세력이 느끼기에도 탄핵 후 폭풍이 거세자 발언을 할수록 더욱 안좋은 상황으로 발전할 가능성 때문에 오히려 아무 말도 하지 않음으로써 이미지를 회복하고자 하는 것을 살필 수 있다.

2) 각 정당에 따른 이미지 회복 전략에 대한 분석 결과

<연구문제 2>를 분석하기 위해 한나라당과 민주당이 위기관리를 위해 사용한 커뮤니케이션 전략을 분석해 보았다.

<표 4> 각 정당에 따른 이미지 회복 전략 자료 빈도

(단위: %)

	정당		Total
	한나라	민주	
대변인 논평	250(61.1)	204(78.8)	454(68.0)
보도자료	68(16.6)	10(3.9)	78(11.7)
성명	9(2.2)		9(1.3)
인터뷰	38(9.3)	29(11.2)	67(10.0)
기자회견	3(0.7)	3(1.2)	6(0.9)
정치인 발언	41(10.0)	13(5.0)	54(8.1)
Total	409(100.0)	259(100.0)	668(100.0)

<표 4>에서 보면 한나라당과 민주당 모두 대변인 논평이 가장 높은 비율을 차지하고 있는 것을 알 수 있다. 대변인 논평이 가장 높은 비율을 차지하는 이유는 앞서서도 언급한 바와 같이 대변인의 논평은 쟁점에 대한 당론을 확산시키거나 당과 후보자의 입장을 신속하고 정확하게 언론에 제공함으로써 쟁점을 주도하며, 언론을 통해 대 국민 이미지를 제고시킬 수 있는 일차적인 커뮤니케이션 통로이기 때문에 많이 활용되었다고 생각해 볼 수 있다(제15대 대통령 선거 백서, 1998).

그 외에는 한나라당과 민주당 모두 비슷비슷한 비율로 활용한 것을 알 수 있다. 그렇다면 위기관리 전략에 있어서 비슷한 양의 커뮤니케이션 자료를 활용하였다면 그 내용에 있어서 차이가 있었을 것이라는 예상을 해 볼 수 있다.

또한 시기별로 한나라당과 민주당이 활용한 위기관리 대응에 대해 비교해 보았다. 우선 위기의 초기 단계를 살펴보았다. 이 시기는 탄핵안이 발의된 3월 9일부터 탄핵안이 가결된 3월 11일까지의 시기로 위기의 초기 단계

이며 이때는 한나라당과 민주당이 탄핵이 위기라는 것을 제대로 인식하지 못했을 때이기도 하다. 이 시기에 활용된 위기관리의 대응으로는 한나라당이 24건으로 5.9%이고, 민주당이 27건으로 10.4%의 비율을 각각 차지하고 있다. 그 다음 단계인 전개부터는 한나라당과 민주당 모두 5배 이상 많은 대응을 했던 것으로 나타난다. 이 위기의 2번째 단계인 전개 시기에는 큰 사건은 일어나지 않았으나 위기가 점점 고조됨에 따라 대응의 분량도 늘어난 것이라고 볼 수 있다.

<표 5> 시기에 따른 각 정당의 이미지 회복전략 빈도

(단위: %)

	정당		Total
	한나라	민주	
초기(탄핵발의 : 3.9-3.11)	24(5.9)	27(10.4)	51(7.6)
전개(탄핵안 가결 이후 : 3.12-3.31)	120(29.3)	119(45.9)	239(35.8)
절정(선거기간 : 4.1-4.14)	132(32.3)	103(39.8)	235(35.2)
해결(선거결과와 현재판결 : 4.15-5.14)	133(32.5)	10(3.9)	143(21.4)
Total	409(100.0)	259(100.0)	668(100.0)

그리고 위기의 3단계인 절정의 시기에는 전개 때와 비슷한 양의 대응이 있었다. 특별히 3단계는 선거기간이었기 때문에 그 시기에 중요한 사건인 선거에 대한 대응이 많았다. 마지막으로 4단계인 해결 단계라고 할 수 있는데 이 시기에 한나라당과 민주당이 양적으로 확연한 차이를 보이고 있다. 이는 선거 결과 이후 한나라당이 이미지 회복에 어느 정도 성공해 의석을 차지한데 반해 민주당의 경우 완전 참패를 함으로 당의 존재여부마저 불투명해지는 위기에 놓였었기 때문에 대응에 있어서도 표와 같은 양적인 차이가 발생하게 되었다.

시기별로 한나라당과 민주당의 이미지 회복 전략의 대응에 있어서 양적인 차이를 분석해 보았는데 위기의 3단계인 절정까지는 그 차이를 발견할 수 없었다. 그리고 4단계인 해결에서 차이를 볼 수 있었으나 이는 이미 해결

단계이기 때문에 이 부분에 있어서 차이가 나는 것이 한나라당과 민주당의 이미지 회복에 있어서 큰 영향을 미쳤다고는 할 수 없다고 보인다. 그렇다면 한나라당과 민주당이 사용한 이미지 회복 전략에서는 표현상의 차이가 존재하지 않았나 하는 것을 예상해 볼 수 있다.

<표 6> 각 정당에 따른 이미지 회복 전략 빈도

(단위: %)

	정당		Total
	한나라	민주	
희생양만들기	2(0.5)	13(5.0)	15(2.2)
실행불가능	3(0.7)	2(0.8)	5(0.7)
좋은 의도	2(0.5)	1(0.4)	3(0.4)
지지	49(12.0)	24(9.3)	73(10.9)
최소화	38(9.3)	18(6.9)	56(8.4)
차별화	14(3.4)	4(1.5)	18(2.7)
초월	36(8.8)	11(4.2)	47(7.0)
비난자공격	192(46.9)	136(52.5)	328(49.1)
보상	1(0.2)		1(0.1)
미래지향	62(15.2)	35(13.5)	97(14.5)
굴욕	10(2.4)	12(4.6)	22(3.3)
침묵		3(1.2)	3(0.4)
Total	409(100.0)	259(100.0)	668(100.0)

<연구문제 2>를 알아보기 위해 각 정당 별로 위기관리를 위해 사용한 유목에 대해 분석해 보았다. 위의 <표 6>을 보면 자세하게 알 수 있다. 각 정당 별로 우선 한나라당을 보면, 거의 과반수가 비난자 공격으로 192건인 46.9%를 차지하고 있음을 알 수 있다. 그 다음으로는 미래지향이 62건으로 15.2%를 차지하고 있었고 지지가 49건인 12%로 그 다음을 차지하고 있었다. 그리고 최소화가 8건(9.45%), 초월이 36건(8.8%), 차별화가 14건(3.4%) 순으로 나타났다.

민주당의 경우도 크게는 한나라당과 비슷한 패턴을 보이는 것을 알 수 있다. 민주당 역시 한나라당과 마찬가지로 과반수를 넘는 수가 '비난자 공

격'을 사용하고 있었다. 비난자 공격이 136건으로 52.5%를 차지하고 있었고 그 다음으로 미래지향이 35건(13.5%) 그리고 지지 24건(9.3%), 초월이 11건(4.2%), 차별화가 4건(1.5%) 순으로 나타났다. 뒤에서 좀 더 세분화된 분석에 들어가겠지만 본 연구가 여당과 야당 사이의 이미지 회복 전략의 차이를 비교하는 것이 아닌 만큼 기존 연구에서 보여주었던 '야당이 여당에 비해 네거티브 전략을 많이 사용한다'는 분석 결과가 아니라 좀 더 세세한 차이를 비교하는 작업이 될 것으로 예상된다. 야/야당의 비교를 하는 것인 만큼 두 정당이 비슷한 위기관리 전략을 펼쳐 나갔을 수 있다는 예상을 할 수 있기 때문이다.

<표 7> 시기에 따른 한나라당과 민주당의 이미지 전략 활용 비교

(단위: %)

	시기							
	초기 (탄핵발의) 3.9 - 3.11		전개 3.12 - 3.31		절정 (선거기간) 4.1 - 4.14		해결 (선거결과와 헌재판결) 4.15 - 5.14	
	한나라	민주	한나라	민주	한나라	민주	한나라	민주
희생양 만들기		1(3.7)	2(1.7)	10(8.4)		2(1.9)		
실행 불가능			2(1.7)	2(1.7)	1(0.8)			
좋은 의도			1(0.8)	1(0.8)	1(0.8)			
지지	9(37.5)	3(11.1)	23(19.2)	17(14.3)	4(3.0)	3(2.9)	13(9.8)	1(10.0)
최소화			5(4.2)	8(6.7)	21(15.0)	6(5.8)	13(9.8)	4(40.0)
차별화	1(4.2)		1(0.8)	1(0.8)	2(1.5)	3(2.9)	10(7.5)	
초월			6(5.0)	4(3.4)	16(12.0)	7(6.8)	14(10.5)	
비난자 공격	14(58.3)	22(81.5)	57(47.5)	56(47.1)	73(54.9)	58(56.3)	48(36.1)	
미래지향		1(3.7)	15(12.5)	16(13.4)	14(10.5)	15(14.6)	33(24.8)	3(30.0)
굴욕			8(6.7)	4(3.4)	1(0.8)	7(6.8)	1(0.8)	1(10.0)
침묵			8(6.7)		1(0.8)	2(1.9)	1(8)	1(10.0)
Total	24 (100.0)	27 (100.0)	120 (100.0)	119 (100.0)	133 (100.0)	103 (100.0)	133 (100.0)	10 (100.0)

각 시기별로 한나라당과 민주당이 활용한 이미지 회복 전략을 살펴 본 것이 위의 표이다. 표를 잘 살펴보면 시기별로 한나라당과 민주당이 약간의 차이가 있는 것을 알 수 있다. 위기의 초기 상황인 탄핵안이 발의된 3월 9일부터 탄핵안이 가결된 3월 11일까지를 보면 한나라당과 민주당 모두 비난자 공격이 과반수를 넘게 차지하지만 그 양상이 조금 다르다는 것을 볼 수 있다. 한나라당의 경우 비난자 공격이 14건인 58.3%를 차지하지만 민주당의 경우 비난자 공격이 대부분인 22건, 81.5%를 차지하고 있다. 이에 비해 한나라당은 탄핵에 대한 정당화를 요구하는 지지가 9건으로 37.5%를 차지하여 상대적으로 민주당에 비해 많은 비율을 차지하고 있다는 것을 알 수 있다. 보통 ‘비난자에 대한 공격’은 대내외적으로 모두 활용되는데 표에 서도 볼 수 있듯이 시기 별로 계속해서 대부분 가장 많은 비율을 차지하는 것이 ‘비난자 공격’이라는 것을 알 수 있다. 선행 문헌 연구에서 보여주는 성향은 야당이 여당에 비해 공격적인 네거티브 전략을 구사한다는 것인데 본 연구는 여당과 야당의 비교가 아닌 야당과 야당의 비교인만큼 그런 차이는 확연하게 나타나지 않았다. 야당으로 존재하는 한나라당과 민주당 모두 위기관리에 있어서 네거티브 전략을 구사하고 있는 것으로 드러났으며 그 양과 구성에서 약간씩의 차이를 보이는 것으로 나타났다.

우선 한나라당의 경우 위기의 초기에 비난자 공격이 과반수 이상을 차지하고 있기는 하지만 또 많은 부분은 사건의 공격성 축소를 위해 탄핵을 왜 지지하는지 당 입장에 대한 발표를 9건(37.5%) 하였다. 이에 비해 민주당은 비난자 공격이 22건(81.5%)으로 과반수 이상을 넘어선 대다수의 대응방식이었던 것을 알 수 있다.

사용된 표현을 중심으로 차이점을 분석해 보면 한나라당의 경우 비난자 공격에 있어서 전반적으로 노무현 대통령의 무능함과 대선 자금 비리 사건을 중심으로 공격을 했다. 특히 위기 단계의 초기인 탄핵안이 발의되고 그 탄핵안이 가결되기까지의 시기에 한나라당의 전략은 탄핵이 정당하다는 것을 바탕으로 당의 입장을 지지하는 전략과 함께 탄핵의 공격 대상이 되는 노무현 대통령과 현 정권에 대한 무능함과 부정부패를 드러냄으로써 탄핵의

공격성 축소를 꾀한 것으로 보인다. 표현상의 특징을 살펴보면 “비리의 몸통이자 최대 수혜자인 노무현 대통령을 조사해야”, “노대통령, 검은 돈도 모자라 구린 돈도 받았나”, “노대통령 특유의 무책임, 부도덕, 비양심의 극치를 보여주고 있어” 등의 표현을 사용한 것으로 나타났다. 한편 민주당의 경우 비난자 공격이 81.5%를 차지하고 있었는데 주요한 표현의 특징을 살펴보면 “정권 자체의 합리성 부족”, “대통령의 총선 개입” 등의 표현으로 노무현 정부를 비난하고 나섰다. 특히 한 배를 타고 대통령을 탄생시켰던 여당이었던 민주당이 열린우리당과 분당되면서 겪었을 조직적인 붕괴와 함께 당의 정통성을 주장하는 측면에서 열린우리당과 노무현 정부를 강도 높게 비난한 것이 특징으로 보인다. 특히 위기의 초기 단계에 보인 민주당의 강도 높은 비난은 아직 위기를 인지하지 못한 상황에서 노무현 정부와 열린우리당에게 집중적으로 이루어졌다.

두 번째 시기인 전개에서 한나라당과 민주당 역시 여전히 “비난자 공격”이 가장 높은 비율을 차지하고 있는 것을 볼 수 있다. 이 시기에 한나라당의 표현 전략을 살펴보면 초기 전략과 비슷하게 나가는 한편 좀 더 사건의 공격성을 축소하기 위한 전략을 사용하고 있다. 또한 미래지향 전략을 사용하여 국민들에게 달라지겠다는 표현을 15건(12.5%) 정도 사용함으로써 긍정적인 이미지를 되찾고자 하는 이미지 회복 전략을 시도했다. 이 시기에는 초기와 또 다른 표현전략이 사용되었는데 이때는 노무현의 돼지 저금통으로 모았다는 선거자금 불법으로 판결이 되고 자금 비리 수사의 막바지 진행에 있는 상황인 것과 동시에 국민들의 탄핵 반대 ‘촛불시위’가 불법으로 판정됨에 따라 비난자 공격에 있어서 주 타깃은 노무현의 불법 선거 자금과 촛불시위에 대한 것이었다. 또한 열린우리당의 정동영 의장의 “60~70대 노인평화” 실언에 대해 함께 공격하는 전략을 사용하였다. 표현상의 특징을 살펴보면 “돼지저금통 사기극 단죄 받다”, “부동의 불법선거 1위 열우당”, “불법 촛불시위 주동자들은 법 위에 군림하나”, “열우당 정동영 의장이 60~70대를 모독한 자신의 발언이 보도되자” 등과 같은 표현 전략을 사용하고 있는 것으로 나타났다. 민주당의 경우에는 전개시기에 가장 큰 특징은 책임

회피 전략으로 한나라당 5건에 비해 2배가 넘는 13건을 사용한다. 이미 탄핵안 가결이 국민들에게 국가적인 위기감을 느끼게 했고 이에 대한 책임이 민주당에게로 돌아오자 조직적인 위기의식을 느낀 민주당 의원들은 당의 조직을 대표하고 탄핵안 가결의 선봉장에 섰던 조순형 대표를 ‘희생양’으로 삼으면서 자신들의 책임을 회피하는 전략을 주로 사용한다. 이는 한나라당이 탄핵의 정당성을 알림으로써 위기를 타개하고자 하는 지지 전략을 23건(19.2%) 사용한 것에 비해 17건(14.3%)만 사용해 한나라당이 탄핵의 정당성을 통해 위기를 타개하고자 하는 떳떳한 모습을 보인 반면 민주당은 탄핵의 책임을 누군가에게 돌리려고만 하는 무책임한 이미지를 보여주고 있는 것으로 분석된다. 민주당의 설훈 의원은 “조대표의 퇴진 없이는 민주당이 거듭날 수 없다”며 당 지도부 교체에 대한 강력한 의지를 사발과 함께 보여줬으며 이는 공중에게 조직의 분열로 보일 수 있다는 점을 민주당이 간과하고 있었다는 것을 알 수 있다.

세 번째 시기인 절정에서 역시 한나라당과 민주당은 비울면에서는 비슷한 성향을 보이고 있다는 것을 알 수 있다. 한나라당의 경우 절정 시기에서는 이 시기의 가장 큰 사건은 바로 선거였기 때문에 선거에 대한 표현에 주 초점을 맞추었다. 이전 시기들에 비해 사건의 공격성을 더 축소시키기 위해 최소화 전략 21건(15.0%), 차별화 전략을 16건(12.0%) 사용한 것을 알 수 있다. 많이 사용했던 표현으로는 최소화 전략에 있어서는 “이번 총선을 통해 탄핵의 막연한 불안감을 사라질 것”, “탄핵은 현재의 판결에 따라야만 하는 것”이라는 표현을 사용했다. 그리고 차별화 전략에 있어서는 “새정치를 위해선 깨끗한 선거”, “거대여당을 견제해야” 등의 표현을 사용한 것으로 나타났다. 민주당의 경우 추미애 대표가 “군사독재정권에 뿌리를 둔 한나라당과 함께할 수 없다”며 광주를 찾아 3보1배를 하는 등의 탄핵의 같은 배를 탔던 한나라당을 비난하는 비난자 공격 전략을 사용한다. 따라서 민주당은 열린우리당과 한나라당을 동시에 공격하는 전략을 사용함으로써 한나라당과 차이를 보인다. 이는 17대 총선 결과를 유념해 둔 발언이었지만 한나라당이 최소화 21건(15%), 차별화 16건(12.0%), 초월 16건(12.0%), 미

래지향 14건(10.5%) 전략을 골고루 사용함으로써 공중에게 점점 탄핵이라는 위기를 잊게 하는 정책을 사용한 데 반해 민주당은 상대방을 공격하는 비난자 공격 58건(56.3%)과 굴욕 7건(6.8%)으로 탄핵으로부터 국민의 관심을 다른 곳으로 돌리지 못하는 차이를 보이고 있다.

그리고 위기의 해결 단계인 네 번째 시기에 있어서는 한나라당과 민주당이 큰 차이를 보이는 것을 알 수 있다. 이는 앞서서도 언급했지만 이 시기에는 벌써 선거의 결과가 나오고 탄핵의 헌법재판소의 판결을 기다리는 시기인데 한나라당은 이미지 회복에 어느 정도 성공하여 100석의 지역구 의석과 비례대표 정당 지지율 35.7%로 21석의 비례대표 의석을 차지, 총 121석을 차지한 반면 민주당의 경우는 5구의 지역구 의석과 비례대표 정당 지지율 7.1%로 4석의 비례대표 의석으로 총 9석밖에 차지하지 못해 참패를 보이며 상반된 결과를 얻었기 때문에 커뮤니케이션 자료에 있어서도 큰 차이가 나타나게 된 것으로 보인다. 한나라당이 이 시기에 주로 사용한 전략은 역시 비난자 공격이 48건(36.1%)으로 가장 높은 비율을 차지하고는 있었지만 앞의 시기와 다르게 미래지향 전략을 33건(24.8%) 사용한 것이 차이로 나타난다. 이는 이번 선거에서 탄핵의 위기 때문에 한나라당 역시 의석확보에 있어서 장담을 못하고 있는 실정이었는데 선거의 결과가 예상을 뛰어넘는 의석확보였기 때문에 국민들에게 새로워지겠다는 표현 전략을 많이 쓴 것으로 분석된다. 표현상의 특징을 살펴보면 “깨끗한 정치 문화를 실현하는데 최선을 다할 것이다”, “이제 정당과 정치인이 국민에게 봉사하는 마음으로 정치를 해야 한다는 뜻에서” 등의 표현을 사용하였다. 이 시기는 아직 탄핵이 기각되지는 않았기 때문에 앞의 세 단계에서 보인 비난자 공격을 여전히 많이 사용하고 있는 것으로 분석된다.

5. 결론 및 논의

본 연구는 모든 조직에 있어 피해갈 수 없는 위기 상황에 대해서 우리나라

라 정당이 어떻게 위기에 대처하는지 위기관리 상황을 살펴보고자 ‘탄핵으로 인한 한나라당과 민주당의 위기 과정’을 살펴보았다. 특히 위기에 처한 한나라당과 민주당의 커뮤니케이션 전략은 위기관리 성공과 실패라는 명암이 분명하기 때문에 위기관리시 각 정당이 어떠한 전략을 사용하는지에 따라서 정당의 이미지 회복이 더 잘 될 수 있는지를 알아본 연구였다는 점에서 의의가 깊다고 할 수 있다.

연구 결과를 정리하면, 먼저 우리나라 정당의 이미지 회복을 위한 전략의 특징에서 가장 두드러지게 나타나는 것은 비난자 공격 전략이 과반수를 상회하고 있다는 점이다. 한나라당과 민주당 모두 비난자 공격을 가장 많이 사용함으로써 조직의 책임성이 높은 위기 상황의 경우에 비난자 공격을 사용하지 않는 것이 바람직하다는 콥즈의 이론과는 다른 결과가 나타났다. 이는 아직 우리나라 정당이 위기관리시 효율적인 이미지 회복 전략을 사용하지 못하는 것으로 분석된다. 또한 정당이 위기를 맞이했을 때 조직적인 커뮤니케이션에 의해서 대비된 위기관리 이미지회복 전략을 사용하기보다는 위기가 발생하면 부인이나 책임 회피 등을 통한 즉흥적인 위기관리가 정치인들에게 습성화되고 있음을 알 수 있는 대목이다. 이는 비난자 공격에 중심을 둔 한나라당이 조직적 분열 양상을 보이며 조직이 관리하는 이미지 회복 전략을 사용하지 못하고 있는 것을 통해서도 알 수 있다. 따라서 본 연구를 통해서 우리나라 정당이 조금 더 공중에게 책임감 높고 신뢰할 수 있는 미래지향적인 이미지 회복 전략을 사용하여 위기를 탈피할 것을 제안한다.

우리나라 정당의 전체적인 이미지 회복 전략 특징을 살펴보면 비난자 공격의 높은 비율로 인해서 콥즈의 이론이 우리나라 정당 조직에서 적용되고 있지는 않다. 그렇지만 한나라당과 민주당의 위기 과정에서 나타나는 이미지 회복 전략을 베노이트의 수사학적인 연구방법에 의해 분석한 결과 조금씩 콥즈의 이론이 우리나라 정당에서 적용되고 있음을 알 수 있다. 조직이 위기에 대해 책임감이 높을 경우 비난자 공격 전략보다는 미래지향적인 전략을 사용하는 것이 바람직하다는 콥즈의 이론이 한나라당과 민주당의 위기관리 전략을 통해 드러났기 때문이다. 한나라당이 탄핵의 위기를 축소화시

키려 노력하는 전략과 미래지향적인 전략을 통해 탄핵으로부터 벗어나는 이미지 회복 전략을 높게 사용한 반면, 민주당은 당내에서 탄핵에 대한 책임을 서로 회피하는 모습과 함께 당론이 하나로 모이지 않아 분열하는 모습이 분석 대상에 나타나는 바, 조직의 책임감이 높은 위기일수록 조직의 책임을 인정하며 탄핵의 위기를 축소화시키려는 전략과 미래지향적인 모습이 공중에게 효과적인 커뮤니케이션 전략으로 다가갈 수 있다는 것을 알 수 있다.

위기 진행에 따른 이미지 회복 전략은 한나라당의 경우 비난자 공격 전략, 지지 전략 → 비난자 공격 전략, 지지 전략, 미래지향 전략 → 비난자 공격 전략, 최소화 전략, 초월 전략 → 비난자 공격 전략, 미래지향 전략을 사용한다. 따라서 비난자 공격 전략을 꾸준히 사용하지만 위기가 진행됨에 따라 위기를 최소화 시키고 미래지향 전략을 통해 정당의 긍정적인 이미지를 회복하고자 하는 노력이 늘어나고 있는 모습을 엿볼 수 있다. 그런가 하면 민주당의 경우에는 비난자 공격 전략 → 비난자 공격 전략, 지지 전략, 미래지향 전략, 희생양 만들기 전략 → 비난자 공격 전략, 미래지향 전략 → 최소화 전략으로 나타나 한나라당과 마찬가지로 비난자 공격이 뚜렷하게 많이 나타나고 있다. 한나라당과 차이가 있다면 희생양 만들기 전략이 두드러지게 나타나는 모습을 볼 수 있다. 특히 민주당의 희생양 만들기 전략은 조직 외부에 초점을 두는 것보다 조직 내적으로 희생양을 만들면서 공중에게 당이 조직적으로 분열된 모습으로 보여지게 되었다. 이와 같은 모습을 통해서 민주당은 비난자 공격 전략을 통해 위기를 축소화시키는 전략이 가장 높은 비율을 나타내고 있지만 희생양 만들기 전략이 동시에 나타나면서 책임을 회피하는 모습이 많이 드러나고 있다. 책임 회피 전략의 모습은 공중에게 위기를 해결하고자 하는 조직의 책임감 있는 모습이 아니라 오히려 정정당당하지 못한 모습으로 위기를 모면하기만 하려는 모습으로 각인되면서 부정적인 영향을 미친 것으로 분석된다. 이러한 결과는 17대 총선 결과에서도 나타나고 있다.

시기별로 살펴본 두 정당의 이미지 회복 전략의 변화에서도 알 수 있듯이 정치적인 조직인 정당 조직에게 있어서 비난자 공격 전략은 빠질 수 없는

주요한 이미지 회복 전략임을 알 수 있다. 이는 정당 조직이 다른 조직과는 달리 정책과 정강에 의해서 정당이 선택되어진다는 정당의 특수 상황 때문인 것으로 보인다. 또한 국회 내 다수당이 되기 위해서는 상대방을 누르고 이겨야만 하는 정치 조직의 특성이 비난자 공격을 통한 이미지 회복 전략을 많이 사용하게 만든 것으로 분석된다. 정당 조직의 생존은 상대 조직의 단점을 주로 드러내면서 조직이 생존하고자 하기 때문이다.

본 연구는 위기 진행에 따라 어떤 이미지 회복 전략이 더 효과적인지 알아보기 위해 베노이트의 수사학적인 연구 방법을 발전시켜 적용해 보았다. 기존의 선행문헌 고찰에서 보여준 바와 같이 우리나라 정당이 위기를 맞이했을 때 사용하는 전략의 대부분은 비난자 공격 전략이다. 그렇지만 여당과 야당의 특징으로 나뉜 선행문헌의 구분이 아니라 야당과 야당 사이의 이미지 회복 커뮤니케이션 전략의 차이를 살핌으로써 본 연구의 의의가 깊다 하겠다. 물론 우리나라 정당 조직의 특징상 비난자 공격을 거의 대부분 사용하고 있다는 점에서 별반 큰 차이를 보이지는 않는다. 정치 속성상 선거에서 상대 후보를 이기기 위해서, 상대 정당을 이기기 위해서 상대 후보와 상대 정당의 결점을 드러내고 보지는 네거티브 전략은 정치 전략에서 무시할 수 없는 전략이기 때문이다. 선행 연구에서 여당에 비해 야당이 네거티브 전략을 많이 사용하고 있지만 야당과 야당 사이의 위기관리 전략을 분석한 결과 거대 야당인 한나라당이 조직적으로 정당의 이미지를 미래 지향 전략으로 새롭게 그려 나감으로 인해서 과거의 부정적인 이미지를 탈출하는 모습 속에서 살펴볼 수 있겠다. 따라서 우리나라 정당 조직 및 모든 조직은 위기상황에 적용될 수 있는 보다 일반화되고 보편적인 위기대응 전략의 모델을 구하도록 노력하는 자세가 필요하다 하겠다.

그런 점에서 본 연구는 수사학적인 분석에 초점을 맞추어 공중에게 어떤 이미지 회복 전략이 위기상황 전개에 따라 효율적인지를 보여주고 있다. 물론 본 연구는 객관적인 이론의 도출보다는 의미 공유와 맥락의 이해, 분석의 주관성을 특징으로 진행되었다. 베노이트의 수사학적인 분석인 이미지 회복 전략의 틀을 기준으로 몇 가지 유목을 수정 보완한 이번 연구의 가장 큰

의역의 역시 위기관리 상황에 대처하는 정당 조직의 특징을 수사학적인 부분에서만 살펴보았다는 점이다. 특히 정치 커뮤니케이션을 주로 형성하고 있는 부분은 정당 조직의 말로서, 정당 조직은 주로 언어적인 구사에 의해 정당의 이미지가 좋거나 나쁘게 형성되기 때문에 본 연구의 의의가 깊다 하겠다. 탄핵이라는 국가 위기를 불러일으킨 두 정당의 위기는 조직적인 책임감이 높은 위기 상황이었기 때문에 특히 정당 조직의 수사학적인 이미지 회복 전략은 공중과의 커뮤니케이션에서 중요한 부분을 차지하기 때문이다. 특히 이번 연구를 통해 위기관리에 성공을 거둔 한나라당의 경우 비난자 공격 전략을 주로 사용하다가 미래 지향 전략으로 선회하는 위기관리 대응의 모습은 위기의 상황을 빨리 공중에게 탈피시키고자 하는 전략적인 모습으로 후에 위기 상황을 직면했을 때에도 적용시킬 수 있는 모습으로 여겨진다.

본 연구가 진행됨에 있어 아쉬웠던 점은 '탄핵'이라는 위기 자체가 국가적인 위기 상황과 직결된 부분이기 때문에 조직 역시 수사학적인 이미지 회복 전략뿐만 아니라 여타의 위기관리 대응의 모습을 같이 살펴볼 수 없었다는 점이다. 물론 수사학적인 부분에 의해 형성된 이미지를 중심으로 연구를 전개시켜 나갔지만 이미 기존 정당이 갖고 있는 이미지와 함께 하는 비교분석, 위기 진행 상황에서 보이는 정당 주요대표들의 수사학적 이미지 이외의 다른 요인에 의해 형성된 이미지를 함께 비교 분석했다면 더 좋은 위기관리 이미지 회복 전략의 틀을 제시할 수 있을 것으로 사료된다. 또한 빈도 분석뿐만 아니라 통계적인 분석을 통해 조금 더 객관화된 분석을 내리지 못했다는 점이 아쉬운 점으로 남겨진다. 기존 정당이 갖고 있던 이미지와 이미지 회복 전략을 사용한 공중과의 커뮤니케이션이 이루어진 이후 정당이 갖고 있는 이미지 사이에 어떠한 차이를 보이고 있는지, 수사학적인 이미지 회복 전략과 다른 행위적인 모습의 이미지 회복 전략 중 어떤 것이 위기관리에 조금 더 효율적이었는지 알 수 있을 것이다. 또한 그 결과를 통해서 이미지 회복 전략은 얼마나 유용하게 위기관리 단계에서 그 기능을 작동하고 있는지도 살펴볼 수 있을 것이다. 따라서 후속 연구에서는 이와 같은 점을 보완

하여 보다 일반화되고 보편적인 정당 조직의 위기대응 전략의 모델을 도출할 수 있으리라 기대된다.

◆ 참고문헌

- 김영욱 (2002). 『위기관리의 이해: 공중관계와 위기관리 커뮤니케이션』. 서울: 책과 길.
- 김영욱·박송희·오현정 (2002). 행정기관의 이미지 회복 전략의 수사학적 분석: 경기도 교육청 입시 재배정 파문을 중심으로. 『홍보학 연구』, 6권 2호, 5~42.
- 박기순 (2000). 이미지 회복을 위한 방어 전략: PR문제에 대한 수사학적 접근 방법과 사례. 『홍보학 연구』, 4권 2호, 5~33.
- 안선경·강태완 (2004). 위기에 대처하는 정당의 이미지 회복 전략 분석: 16대 불법 대선자금 사건을 중심으로. 『홍보학 연구』, 8권 2호, 162~197.
- 유종숙 (2002). 한국 100대 기업의 위기관리 현황에 관한 연구. 『한국광고학보』, 4권 1호, 33~62
- 이윤심 (1991). 기업의 위기관리 PR에 관한 연구. 연세대학교 행정대학원 석사학위 논문.
- 차희원 (2002). 위기유형과 관계관리에 따른 위기 커뮤니케이션 전략 홍보. 『홍보학 연구』, 6권 2호, 189~232.
- Arnold, C. C., & Frandsen, K. D. (1984). Conceptions of rhetoric and communication. In C. C. Arnold & J. W. Browsers (Eds.), *Handbook of rhetorical and communication theory*. Boston: Allyn & Bacon.
- Aristotle, A., Roberts, W. R., Bywater, I., & Solmsen, F. (1954). *Rhetoric*. New York: Modern Library.
- Barton, L. (1993). *Crisis in organization: Managing and communication in the heat of chaos*. Cincinnati, OH: College Division South-Western.
- Benoit, W. L. (1995a). *Accounts, excuses, and apologies: A theory of image restoration*. Albany, NY: State University of New York Press.

- _____ (1995b). Sears' repair of its auto service image: Image restoration discourse in the corporate sector. *Communication Studies*, 46, 89~105.
- _____ (1997a). Image repair discourse and crisis communication. *Public Relations Review*, 23(2), 177~186.
- _____ (1997b). Hugh Grant's image restoration discourse: An actor apologizes. *Communication Quarterly*, 45, 251~267.
- _____ (1999). *Seeing spots: A functional analysis of presidential television advertisements from 1952-1996*. Westport, CT: Praeger.
- _____ (2000). Another visit to the theory of image restoration strategies. *Communication Quarterly*, 48, 40~44.
- _____ (2001). Framing through temporal metaphor: The bridges of Bod Dole and Bill Clinton in their 1996 acceptance addresses. *Communication Studies*, 52(1), 70~84.
- Brummett, B. (1980). Toward a theory of silence as a political strategy. *Quarterly Journal of Speech*, 66, 289~303.
- Burke, K. (1973). *The philosophy of literary form*. Berkely, CA: University of California Press.
- Coombs, T. (1995). Choosing the right words the development of guidelines for selection of appropriate crisis response strategies. *Management Communication Quarterly*, 8(4), 447~476.
- _____ (1999). *Ongoing crisis communication: Planning, managing and responding*. Thousands Oaks, CA: Sage.
- _____ (2001). An extended examination of the crisis situations: A fusion of the relational management and symbolic approaches. *Journal of Public Relations Research*, 13(4), 321~340.
- Fearn-Banks, K. (1996). *Crisis communications: A Casebook approach*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Fink, S. (1986). *Crisis management: Planing for the inevitable*. New York: Amacom.
- Gonzalez-Herrero, A. & Pratt, C. B. (1995). How to manage a crisis before or whenever it hits. *Public Relations Quarterly*, 40(1), 25~30.

- Grunig, J. E. & Grunig, L. A. (1992). Models of public relations and communication. In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communications management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E., Grunig, L. A., & Ethling, W. P. (1992). What is an effective organization. In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E. & Repper, F. C. (1992). Strategic management, publics and issues. In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart, & Winston.
- Lerbinger, O. (1997). *The crisis manager: Facing risk and responsibility*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Marra, F. J. (1992). Crisis public relations: A theoretical model. Unpublished doctoral dissertation, University of Maryland.
- McLaughlin, M. L., Cody, M. J., & O'Hair, H. D. (1993). The management of failure events: Some contextual determinants of accounting behavior. *Human Communication Research*, 9, 208~224.
- Mitroff, I. I., & Pearson, C. M. (1993). *Crisis management: A diagnostic guide for improving your organization's crisis preparedness*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.
- Mitroff, I. I., Shrivastava, P., & Udwadia, F. E. (1987). Effective crisis management. *The Academy of Management Executive*, 1(3), 283~292.
- Nimmo, D. & Savage, R. L. (1976). *Candidates and their images: Concepts, methods, and findings*. Pacific Palisades, CA: Goodyear.
- Pauchant, T. C. & Mitroff, I. I. (1992). *Transforming the crisis prone organization: Preventing individual, organizational and environmental tragedies*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Pearson, C. & Clair, J. (1998). Reframing crisis management. *Academy of Management Review*, 23(1), 59~76.

- Scott, M. B., & Lyman, S. M. (1968). Accounts, excuses, and apologies: A theory of image restoration strategies. *American Sociological Review*, 33, 46~6.
- Ryan, H. R. (1982). Kategoria and apologia: On their rhetorical criticism as a speech set. *Quarterly Journal of Speech*, 68, 256~261.
- Rosenfeld, L. W. (1968). A case study in speech criticism: The Nixon-Truman analog. *Speech Monographs*, 35, 435~450.
- Ware, B. L., & Linkugel, W. A. (1973). They spoke in defense of themselves: On the generic criticism of apologia. *Quarterly Journal of Speech*, 59, 273~283.

(최초 투고 2005. 2. 28, 최종원고 제출일 2005. 4. 4)

Image Restoration Strategy for the Crisis Management of a Political Party

A Case Study of Presidential Impeachment

Soo-Bum Lee

Assistant Professor

(Dept. of Mass Communication, University of Incheon)

Soo-Jung Kim

Yoo-Hoon Kim

Su-Ah Chung

Graduate Student

(Dept. of Mass Communication, University of Incheon)

This study examined image restoration strategies of political parties regarding the Presidential impeachment in Korea. The analytic framework of this study was Benoit's rhetorical theory of image restoration strategies. Results showed that both Hanara Party and Minju Party used attack accuser as a major image restoration strategy. However, Hanara Party changed their strategies from attack accuser to future oriented. Thus, Hanara Party's image restoration strategy successfully applied Coombs theory, which future oriented strategy was good for an organization of the high responsibility in the context of crisis situation.

Keywords: impeachment, crisis management, image restoration strategy, rhetorical analysis, political party