

선거 포스터의 표기의 연구

-제45회 중의원 총선거 포스터에 나타난 위상적 표기전략-

윤 상 한*

(e-mail : yoonssam@bsks.ac.kr)

<목 차>

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| 1. 들어가며 | 4.2. 후보자의 성별에 따른 표기 |
| 2. 이론적 배경 및 선행연구 | 4.3. 후보자의 연령에 따른 표기 |
| 3. 선거 포스터 표기에 대한 조사의 개요 | 4.4. 후보자의 이력에 따른 표기 |
| 4. 선거 포스터 표기에 대한 분석 및 고찰 | 4.5. 후보자의 출마지역에 따른 표기 |
| 4.1. 후보자의 소속에 따른 표기 | 5. 나오며 |

키워드: Letter representation, Phase of letter, Political posters, House of representatives election

1. 들어가며

대의제 민주주의에서는 집단 구성원이 선거에 의하여 민의를 대표할 수 있는 사람을 선출하여 스스로의 권리 행사를 대표자에게 위탁하는 것으로서 간접적으로 정치에 참가하고 그 의사를 반영하게 된다. 이러한 의사표현의 방법은 일반적으로 선거라는 제도를 통해 이루어지며 선거는 대중의 민의를 반영하는 가장 보편적이고 합리적인 방법 중 하나이다. 이렇게 선거를 통해 민의가 반영되고 선거를 통해 대표자를 선출하게 된다면 선거권자인 유권자와 피선거권자인 후보자 사이에 여러 의미와 방법에 의해 메시지의 교류가 필연적으로 개입하게 된다. 경우에 따라서는 가두연설을 하기도 하며, 또 어떠한 경우에는 현수막을 걸어놓기도 한다. 이밖에도 정책설명회의 개최, TV나 라디오 등을 통한 정견발표, 유권자가 많이 모이는 곳에서의 가두연설 등 다양한 방법과 수단에 의한 적극적인 커뮤니케이션이 선거운동이라

* 부산경상대학교 관광영어과 조교수, 언어표상문화학(사회언어학)

는 이름으로 이루어진다.

선거제도는 후보자가 유권자에게 선택됨을 전제로 한다는 점에서 상품과 유사한 측면을 지니고 있다. TV연예인과 같이 대중적인 상품은 아니지만 정치인의 자격과 활동 역시 선거를 통한 대중의 선택을 전제로 성립한다는 점에서 서로 크게 다르지 않다. 이러한 의미에서 정치인은 자신만의 상품성을 지니고 있다고 할 수 있으며 자신의 상품성의 형성과 확산을 위해 노력한다. 정치인의 이미지 전략이 가장 뚜렷하게 드러나는 활동은 선거운동이다. 공적으로 부여된 선거기간 중에 정치인은 후보자라고 하는 ‘상품’을 유권자라고 하는 ‘소비자’에게 어필하는 홍보나 마케팅 활동을 펼친다. 물론 이 같은 활동에 이미지 전략만이 이루어지는 것은 아니지만 유권자들에게 보다 직접적으로 어필할 수 있는 이미지 요소를 통해 자신을 어필한다. 이러한 이미지 전략을 내세운 선거운동은 종종 대중추수적이고 인기영합적이라 비판을 받기도 한다. 그러나 정치인을 대중에 의해 소비되는 상품이나 소비재라 규정한다면 그 내용물인 정책적인 요소와 함께 포장재인 후보자의 인물 자체도 유권자에게는 간과할 수 없는 중요한 유인요인(trigger factor)이 된다. 이러한 관점에서 볼 때, 정치인은 하나의 브랜드이며 정치인의 이름은 브랜드명이 된다¹⁾.

이름을 짓고 나타내는 행위인 네이밍에는 상품이 지니고 있거나 나타내고자 하는 위상이 드러나게 되며 소비자의 선택과 소비를 자극하는 요소로서 기능한다. 네이밍과 관련된 언어적 요소는 크게 음성적인 요소와 표기적인 요소로 나누어 생각할 수 있는데 앞서도 설명하였듯이 일반적으로 사람의 이름은 자신의 의도와 무관하게 부모 등에 의해 부여된 것이기 때문에 음성적 요소를 자의적으로 변화시킬 수 없다. 이에 비해 표기적 요소인 문자의 종류와 서체, 색상과 크기 등은 비교적 자유롭게 변화시킬 수 있으며, 이러한 표기적 요소 중 가장 언어적인 요소로서 들 수 있는 것이 문자의 서체, 문자의 종류 등이다.

같은 대상을 표현하더라도 표기체계를 달리하면 그것이 나타내는 이미지, 즉 위

1) 현대 사회에서 브랜드는 그 자체로 다른 물건 또는 사람과의 차별화를 위해 작용하며, 상품의 내재 가치와 더불어 지향하고자 하는 속성을 가장 함축적으로 나타낼 수 있는 도구로서 기능하고 있다. 그러나 인물의 명칭은 상품과는 달리 이름을 새로 짓거나 바꾸는데 어느 정도 제약이 존재한다. 새로 태어난 아이에게 정치인이 되기를 희망하여 ‘정치인다운’ 이름을 짓는 것은 아마도 상상하기 어려울 것이며 기존의 이름을 ‘정치인다운’ 이름으로 바꾼 경우도 거의 없을 것이다. 그러나 정치인은 어떻게든 대중에게 자신의 이름을 알리기 위해, 또는 자신의 정치적 소신을 어필하기 위해 어떠한 전략적 요소를 구사할 것이고, 이 결과가 정치인의 이름에 나타날 것이다. ‘정치인 브랜드’로서 이름은 어떻게 기능하고 있는가, 또 이를 어떻게 이해해야 하는가에 대한 논의는 바로 여기에서 출발한다.

상은 달라지게 된다. 이렇게 표기체계에 따라 달리 나타나는 이미지는 해당 언어에서 사용되거나 통용되는 문자의 종류가 많을수록 더욱 다양해질 것이다²⁾. 서체 역시도 유사하게 기능한다. 시인성을 위해서라면 고딕계열의 서체를 사용할 것이며, 고전적 취향을 표현하려면 이탤릭체를 사용할 것이다. 또한 서자방향 역시 세로로 표현할 때와 가로로 표현할 때는 시인성, 가독성, 속도감, 전통성 등 여러 부분에서 인식의 차이가 일어날 수 있다. 이렇게 다양한 문자종과 서체, 서자방향은 단순히 언어를 표기하는 행위뿐만 아니라 특정한 ‘표현성’을 나타내기 위해 서로 달리 사용될 수 있으며, 이렇게 현대 일본어의 표기체계에 포함된 다양한 문자표기 수법은 서로 다른 이미지와 위상으로서 언어생활에 사용될 토대를 제공해준다.

이상의 논의를 인물의 성명 표기로 국한시켜 생각해 본다면 인명 표기는 그가 지니고 있는 상품성이나 이미지를 문자 표상이 지니고 있는 시각적 요소를 통해 나타내고자 하는 적극적인 문자 사용자의 책략이라 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 문자의 종류와 서체, 색상, 장식 등의 문자의 속성이 일정한 위상을 지닌 이미지로서 사용되는 문자를 위상문자라 정의하고, 그 예로서 일본의 선거포스터에 사용된 문자 표현이 어떻게 사용되고 있으며, 또 어떠한 위상으로 기능하는가에 대해 고찰하고자 한다. 구체적인 연구의 방법으로서 (1)선거 포스터에 사용된 후보자명의 표기에 사용된 문자의 속성을 서체, 표기방향, 문자종으로 분류하고, (2)이러한 인명 표기가 정치인의 소속, 연령, 성별, 출마지역 등의 속성에 따라 어떻게 사용되는가에 대해 살펴봄으로써, (3)일본어 문자표현이 지니고 있는 위상과 정치인의 속성이 어떻게 관련되었는가에 대해 고찰하고자 한다.

2. 이론적 배경 및 선행연구

일본어학에서 위상(位相, phase)의 차이란 여성어, 학생어, 유아어 등 특정한 성별이나 사회적 지위, 연령, 지역 등의 속성에 따라 달리 사용되는 언어의 양상을 칭하는 것이 일반적이지만, 넓은 의미에서는 언어의 위상차를 이용하여 그것이 의미하는 대상의 정체성이나 이미지를 형성·강화하기 위해 사용되는 어휘 역시 위상어, 또는 위상어휘

2) 현대 일본어의 표기체계는 다른 언어에서는 예를 찾아볼 수 없는 漢字仮名交り라고 하는 한자, 히라가나, 가타카나의 3종류의 문자를 병용한 표기를 기본으로 하며, 여기에 라틴문자인 로마자(=알파벳) 등의 여러 외국어 문자도 사용된다.

라 표현할 수 있을 것이다. 같은 관점에서 그 대상을 어휘가 아닌 표기체계로 돌려 살펴보면, 표음문자와 표어문자의 음과 표기 간의 확장성이라는 특징, 문자의 자형이 지니고 있는 조형적 특징, 가독성과 시인성이라는 시각적 특징, 익숙함과 생소함이라는 경험적 특징 등에 의해 각 문자에는 서로 다른 위상이 부여될 가능성에 대해 생각할 수 있다. 이렇게 문자의 표기에 따른 위상이 존재한다면, 그 표현 방식에 따라 서로 다르게 부여된 위상은 결국 유·무형의 상품이나 개념의 명명에 이용되게 되고, 하나의 고정관념이나 스테레오타입을 만들어 내거나 강화시키는 역할을 하게 된다(윤상한 2013c).

이렇게 문자에 다양한 위상이 반영될 수 있는 것은 앞서도 언급하였듯이 현대 일본어가 상대적으로 다양한 문자, 서체, 표기방향으로 구성된 표기체계를 지니고 있기 때문이다. 그리고 이러한 다양성은 특정한 위상을 나타내기 위해서도 사용된다. 예를 들어 ‘일본’이라는 국가의 이름을 문자로 나타내는 경우 ‘日本’, ‘にっぽん’, ‘ニッポン’, ‘NIPPON’ 등 여러 종류의 문자로 표현할 수 있으며, 이를 다시 다양한 서체와 표기방향을 통해서도 나타낼 수 있다. 그러나 어떠한 표기방식을 채용하더라도 일본이라는 국가명을 나타내는 데에는 차이가 없지만 사용 장면, 사용 상대, 주변의 경관과 같은 외적인 환경에 따라 달리 사용하게 되면 각각 경쾌함과 무거움, 고전적 느낌과 세련됨 등의 서로 다른 위상을 부여할 수 있게 된다.

이러한 의미에서 어떤 문자가 지니고 있는 다양한 이종(異種, variety)은 각각 고유 이미지와 아이덴티티를 지닌 채 사용되고 있으며, 언어 사용자(생산자)의 의도적이고 적극적인 언어책략에 의해 그 위상이 정립되고 강화된다고 할 수 있다. 즉, 상품명이나 인명을 표기하는 체계에 있어 이종문자를 통해 나타나는 감성적인 측면은 소비자(본 연구에서는 유권자)의 선택에 미치는 영향이 매우 크다고 할 수 있으며, 의도적이고 적극적인 행위의 결과물로서의 문자표현의 분석이야말로 상품이나 인물에 부여된 위상의 차이를 가장 정확히 파악할 수 있는 방법이 될 것이다.

어휘를 분석대상으로 한 위상어에 대한 연구가 일찍부터 활발히 이루어져 온 것에 비하여 문자가 지니고 있는 위상에 대한 학문적인 논의는 그 질적인 면에서 매우 빈약하다. 위상어로서의 문자 사용과 관련한 대표적인 선행연구로는 泉(1999), 成田·榊原(2004), 奥垣内(2010), 윤상한(2013a, 2013b)와 같은 문자종과 위상에 관한 연구, 生田目(2000), 内山·佐藤(2012), 和田·堀田·萩原(2006)와 같은 서체와 위상에 관한 연구, 屋名池(2007), 金·岩男(2011)와 같은 서자방향과 위상에 관한 연구를 들 수 있다.

먼저 문자종에 따른 위상에 관한 연구에 대해 살펴보자. 泉(1999)는 ‘タバコ’, ‘코-

ヒ一’, ‘ラーメン’ 등의 어휘에 다양한 문자종이 사용되고 있으며, 서로 다른 의미, 분위기, 뉘앙스를 지닌 채 사용되고 있음을 지적하고 있으며 외래어의 토착화에 의한 표기양상의 변화에 대해 논하고 있다. 한편 成田외(2004)에서는 표기전략의 관점에서 가타카나를 히라가나와 한자에서 독립된 시각적 기능을 담당한다고 설명하고 있는데, 이 연구는 처음으로 위상으로서의 문자 표기에 대해 구체적인 사례를 통해 논의한 점에서 큰 가치가 있다고 할 수 있다. 그리고 奥垣内(2010)에서는 ‘文字表記のイメージ’라는 용어로 위상적인 문자 표기에 대해 정의하고, ‘薬/クスリ’, ‘嵌る/ハマる’, ‘携帯/ケータイ’ 등의 어의가 어떻게 차별적으로 인식되며 사용되는가에 대한 고찰이 이루어져 있는데, 기존의 논의에 언어심리학적인 고찰을 부각시켰다는 점에서 보다 발전적인 연구로 평가할 수 있을 것이다. 끝으로 윤상한(2013a, 2013b)에서는 각각 일본의 의료기관과 커피음료의 명칭 표기에 사용된 문자 종류가 의료기관과 커피음료의 속성이라는 외적(사회적) 요소와 어떠한 관계를 지니고 있는가에 대해 고찰하였다. 여기에서는 병원의 규모와 위치, 설립시기와 운영의 주체, 진료과목 등의 요소(2013a), 음료의 패키지, 유제품의 함유량, 원두의 원산지, 판매시기 등의 요소(2013b)에 따라 그 표기가 차이를 밝혀내어 일본 문자의 종류가 집단과 기관, 또는 상품의 아이덴티티를 반영하고, 강화시키는 요소로서 기능하고 있음을 주장하였다.

다음으로 서체와 위상과의 관계에 관한 연구를 살펴보자. 生田目(2000)에서는 주로 컴퓨터를 매개로 사용되는 디지털 폰트가 각각 어떠한 감성적인 요소로 발현되며 또 문자 사용자들이 어떠한 의도를 가지고 사용하는가에 대해 분석하고 있다. 그리고 内山외(2012)는 10종류의 의자와 15종류의 서체를 대입시켜 잠재적 소비자들인 서체에 따라 동일한 의자를 어떠한 인상으로 평가하는가에 대해 분석하였다. 그 결과, 피실험자들은 서체의 굵기, 장식 여부, 기울기 등의 요인에 따라 상품의 이미지를 연상하는 것으로 나타났다.

그리고 표기방향과 위상과의 관계에 관한 연구를 살펴보자. 屋名池(2007)는 서자방향이 디지털 사회라고 하는 현대적인 매체, 감성과 직접적으로 연관이 있다고 지적하면서 단순한 문자 전달력을 넘어 감성적인 이미지로서 서자방향이 기능한다고 주장하였다. 그리고 金외(2011)에서는 버스 차내의 안내 및 경고 문구의 표기방향에 따라 이용자들이 이를 어떻게 다르게 인지하는가에 대해 분석하였다.

또한 문자 표기에 대한 위상적인 연구는 아니지만 선거 포스터를 대상으로 한 대표적인 연구로서 境山(2002)를 들 수 있다. 이 연구는 2000년에 실시된 제42회 중의원 선거에 사용된 선거 포스터를 대상으로 포스터 디자인, 포스터 사진, 포스터 문자 등에

관해 소개한 사례집이다. 연구적으로서의 깊이는 깊지 않지만 방대한 자료를 수집하고 다양한 각도에서 분석하였다는 점에서 본 조사의 조사방법에 참조할 수 있을 것이다.

이상과 같이 선행연구를 검토한 결과, 다음과 같은 과제를 도출할 수 있다.

먼저 지금까지의 논의는 어떠한 개인이나 집단이 자신들의 사회적 위상을 강조하기 위해 사용되는 언어양식 그 자체에 지나치게 초점이 맞추어진 나머지 가장 근본적이고 함축적인 위상이라 할 수 있는 ‘명명’에 대한 논의가 거의 이루어지지 않았다는 점을 문제점으로 지적할 수 있다. 사람이나 사물에 이름을 붙이는 행위는 그 사람이나 사물이 지니고 있는 현재적(顯在的) 가치와 더불어 그것에 어떠한 위상이나 이미지를 부여하고자 하는 작명하는 측의 의도가 드러나게 된다. 즉 상품의 이름을 지을 때에도 그 상품에 대해 사람들이 가지고 있거나 가졌으면 하는 이미지가 브랜드 네이밍에 중요한 요소가 되기도 한다. 따라서 인물명이나 상품명에 나타나는 위상적 언어사용의 분석을 통해 상품이나 인물이 지니고 있는 위상, 이를 통해 나타내고자 하는 이미지 등을 분석한다면 문자론과 위상론의 영역을 더욱 확장시켜 갈 수 있으리라 생각된다(윤상한 2013c).

또 한 가지 지적할 수 있는 것이 문자종, 서체, 표기방향에 따른 위상차에 대한 일상 생활을 배경으로 하는 실증적인 논의가 매우 부족하다는 점이다. 특히 실제 생활과 매우 밀접한 관련이 있는 상품명이나 인물명 등과 같은 브랜드 명명에 관한 연구는 마케팅이나 디자인 등의 분야에서의 연구가 대부분이며, 서자방향에 대한 연구 역시 안구 운동이나 가독성에 초점을 맞춘 것이 많다. 따라서 일본어의 각 문자종, 서체, 표기방향에 대해 지니고 있는 언어 사용자들의 이미지가 실제 언어생활에 어떻게 나타나는가에 대해 언어적인 관점에서 실증적으로 분석한 연구가 필요할 것이다.

3. 선거 포스터 표기에 대한 조사의 개요

조사의 대상 및 방법에 대해 설명하기 전에 먼저 선거포스터의 후보자명 표기가 어떠한 법률에 의해 규정되어 있는지 살펴보자. 선거포스터의 인명 표기에 관한 사항은 일본의 공직선거법(公職選挙法)에 의해 규정되어 있다. 일본 공직선거법 제143조 제1항 제4호의 2 및 제5호장에는 선거운동을 위해 사용하는 문서나 도화(图画)의 종류, 규격, 게시 방법, 게시 장소 및 기간, 제작매수 등이 규정되어 있다. 그러나 포스터에 사용되는 문자나 사진 등에 관한 세부규정이 없기 때문에 극단적으로 말하면 규격에 맞춘 용지에 인쇄

만 되어 있으면 선거포스터로서 아무런 문제가 없게 된다. 일본의 선거포스터 종류에는 정당용 선거운동 포스터, 개인용 선거운동 포스터, 개인연설회 고지용 포스터 등이 있다. 이 가운데 후보자의 다양한 문자사용 책략이 가장 잘 나타나는 것은 개인용 선거운동 포스터이다. 모든 포스터는 공적인 성격을 지니지만 개인용 선거운동 포스터는 ‘집단(정당)과 개인(유권자)’의 관계가 아닌 ‘개인(후보자)와 개인(유권자)’의 관계에서 기능하므로 정당용 포스터에 비해 메시지의 내용 및 형식이 비교적 직접적이고 개인적인 성격을 띤다. 이러한 특성은 후보자들이 다양하고 직접적인 수단을 통해 유권자들에게 자신을 홍보하고 선전할 수 있는 토대를 제공하며, 실제로도 정당용 포스터에 비해 다양한 책략이 사용된다. 또한 정치 신인의 경우와 같이 정당에 비해 개인의 인지도가 낮은 후보자는 더욱 자신의 후보자로서의 특성을 부각시키려 할 것이다. 따라서 본 조사에서는 입후보한 후보자들과 동시에 게시됨을 전제로 한 개인용 선거포스터를 대상으로 삼아 후보자 개인의 특성과 문자사용 양상과의 관계에 대해 살펴보고자 한다.

본 연구의 조사의 개요를 간단히 소개하면 아래와 같다.

조 사 명: 일본의 선거포스터 후보자명 표기에 관한 조사
 조사기간: 2016년 3월~2016년 11월
 조사대상: 제45회 중의원의원총선거 소선거구 입후보자 포스터 1,066매
 조사방법: ①총무성 중앙선거관리회(総務省中央選挙管理会), ‘자유민주당 홍보본부(自由民主党広報本部),’민진당 홍보국(民進党広報局), ‘공명당 총무국(公明党総務局),’일본공산당 중앙서기국(日本共産党中央書記局), ‘사회민주당 전국연합(社会民主党全国連合)’에 직접 방문하거나 이메일 또는 우선전화를 통한 조사를 실시하여, 조사대상 후보자의 포스터 실물 또는 사진을 수집한다.
 ②조사대상의 성명표기를 서체, 표기방향, 사용 문자종으로 분류한다. 이 때 조사의 대상이 되는 표기는 포스터에 인쇄된 것을 우선시하며, 총무성 중앙선거관리회에 후보등록 시 사용된 명칭과 실제 표기가 상이할 경우, 포스터에 표기된 것을 채택한다.
 ③후보자명 표기를 후보자의 소속형태 및 정당, 후보자의 성별, 후보자의 연령, 후보자의 정치 이력, 후보자의 출마지역 등 5가지 관점으로 비교·고찰을 통해 여러 사회언어학적 요인과 후보자명 표기와의 관계에 대해 고찰한다.

본 조사에서는 2009년 8월 30일에 실시된 제45대 중의원의원총선거(이하 제45대 총선 또는 해당 선거)에 입후보한 후보자의 선거포스터를 대상으로 한다. 제45대 중의원의원총선거는 ‘정권교체’를 둘러싸고 일본 현대정치사에 중요한 전환기에 실시된 선거였다. 제44대 중의원의원총선거 이후 해산의 과정 없이 고이즈미 준이치로(小泉純一郎), 아베 신조(安倍晋三), 후쿠다 야스오(福田康夫), 아소 다로(麻生太郎)의 4명의 총리가 역임하는 등 정치 및 국정 of 구심점이 흔들리기 시작하였고, 2007년에 실시된 제21회 참의원의

원 선거에서 연립여당(자민·공명당)이 패배함으로써 이른바 ‘뒤틀린 국회[たれ国会]’가 형성되었다. 이러한 상황에서 미국에서 시작된 글로벌 금융위기의 영향, 아소 다로 총리의 낮은 지지율 등이 중첩되어 내각 해산에 이르게 된 후 열린 선거였다. 제45대 총선은 선거운동 당시부터 정권교체에 대한 대중의 열망이 어느 때보다 높았고, 각 지역 구에서 이른바 거물급과 신인들이 격돌하는 등 현재까지도 가장 치열한 선거운동이 벌어졌다고 회자된다. 따라서 현대 일본정치사에서 중요한 변곡점이라 할 수 있는 제45대 총선은 여당과 야당, 현직과 신인 사이에 치열한 선거양상을 볼 수 있다는 점에서 주목된다. 이러한 점에서 정권 교체로 대변되는 새로운 시대를 주장하는 정당과 후보자들, 반대로 변화 속에서 정치적 연륜과 국정수행 경험을 어필하려 하는 정당과 후보자들 사이에서 일어나는 정치 내외적인 전략이 매우 역동적으로 나타난 선거였다고 할 수 있다. 따라서 본 조사에서는 이러한 점을 반영하여 제45대 총선에서 사용된 선거 포스터를 분석대상으로 삼고자 한다.

다음으로 분석 대상과 포스터 수집 방법에 대해 소개한다.

이번 조사에서는 소선거구에 출마한 입후보자의 포스터만을 분석의 대상으로 한다. 비례대표 출마자의 포스터를 채용하지 않은 이유는 첫째, 비례대표 출마자의 경우는 일반 유권자를 대상으로 하는 포스터를 제작·게시하는 경우가 거의 없기 때문에 ‘유권자들에게 직접 나타내고자 하는 후보자의 정체성’이 잘 드러나지 않는다는 점, 둘째, 비례대표 출마자들이 제작하는 포스터는 정당제출용 포스터로서 규격이 가로 60cm, 세로 85cm로서 소선거구에 출마하는 선거운동용 포스터와 차이가 있다는 점을 고려하였기 때문이다.

한편 수집방법은 다음과 같다. 소선거구 출마자들이 제작한 개인 선거운동용 포스터는 정당본부 등에 제출하여야 할 의무는 없지만 정당에 소속된 입후보자의 경우에는 대부분 중앙당에서 포스터의 원본 또는 사본을 보관하고 있기 때문에 이 포스터를 사진파일로 취득하였다. 다만 일본공산당의 경우에는 정당본부에서 포스터를 보관 및 관리하고 있지 않아 각 도도부현(都道府県)의 위원회에 직접 연락을 취하여 수집하였다. 그리고 이미 정당이 해산한 국민신당과 같은 경우에는 총무성에 남아 있는 자료를 직접 확인하거나 총무성에서도 확인할 수 없는 자료는 후보자 또는 지역개인사무소 등에 연락하여 사진파일을 수집하였다. 마찬가지로 총선 이후 해산한 민주당의 경우에는 소속 의원 및 위원 대부분이 새로 결성된 민진당(民進党)으로 이적하였고, 포스터 역시 정당본부에 다수 보존되어 있어 이를 사용하였다. 기타 군소정당 및 무소속 후보의 경우에는 선거운동용 홈페이지나 블로그 등 인터넷을 통한 수집, 개인사무실의 전화 의뢰 등으로 수집하였

다. 이렇게 하여 총 입후보자 수 1,139명 중 이번 조사에서 입수한 것은 1,066매였다.

다음으로 본 조사에서 분석의 대상으로 하는 포스터의 문자정보에 대해 소개한다.

선거용 개인 포스터의 크기는 앞서 언급한 대로 엄격하게 정해져 있지 않지만 일반적으로는 포스터 게시판에 게시할 수 있는 최대 크기인 가로 40cm, 세로 42cm로 제작되는 경향이 있다. 이번 조사에서는 분석의 통일성을 기하되 미세한 수치의 차이는 있더라도 사각형으로 제작된 것은 모두 분석의 대상으로 하였다. 이렇게 수집한 선거 포스터의 구성요소에는 레이아웃 패턴, 신체(주로 얼굴이나 상반신)의 사진, 로고 마크 등 디자인과 관련한 요소와 더불어 정당명, 상징문구, 성명의 서체, 위치, 크기, 문자종 등 문자정보와 관련한 요소가 담겨 있다. 본 조사는 선거 포스터 표기를 언어학적으로 분석하는 것을 목적으로 하므로 여러 디자인·문자정보 요소 중 성명의 서체, 서자 방향, 문자종이라는 3가지 요소에 대해 집중적으로 분석하고자 한다. 먼저 서체는 크게 고딕체, 둥근 고딕체, 명조체, 필서체, 기타로 분류하였다. 각 서체의 특징은 <표1>과 같다.

<표1> 각 서체의 특징과 예

서체명	특징	예
고딕체	선은 굵기가 일정하며, 자면(문자 사이즈에 대해 문자가 실제로 차지하는 면적)이 크고, 시인성이 높음. 둥근 고딕체와의 차이를 위해 가루고딕(角ゴシック)로도 불림	美しい日本
둥근 고딕체	고딕체의 문자의 말단부를 부드럽게 처리한 서체로서 고딕체보다 부드러운 인상을 줌. 자면이 크고 수평방향으로 넓게 보이기 때문에 가로쓰기에 적합함	美しい日本
명조체	가로선이 가늘고 세로선이 굵으며 선의 말단부에 장식이 있고, 가독성이 뛰어난	美しい日本
필서체	붓으로 쓴 듯한 느낌을 주는 서체로서 행서체, 예서체, 교과서체 등 여러 종류가 있음	美しい日本

* 『現代デザイン事典 2016版』 참조

그리고 표기방향은 세로쓰기, 가로쓰기, 반호쓰기, 기타로 분류하였는데 기타로 분류된 것은 사선방향과 복합 방향³⁾이었다. 또한 표기 문자종은 한자, 히라가나, 가타카나를 중심으로 각 문자종의 조합, 음독 표기 등을 아울렀다.

끝으로 선거 포스터의 입후보자명 표기의 분석 관점 및 방법에 대해 소개한다.

본 조사에서는 입후보자의 속성과 입후보자명 표기의 상관관계에 대해 분석하는 것을 목적으로 한다. 여기에서 입후보자의 속성이란 소속 정당, 현직 여부 등 정치적 속성과

3) 사선방향이란 표현 그대로 후보자명을 대각선으로 표기한 것을 말하며, 복합방향이란 가로와 세로, 또는 방향을 복합적으로 사용하여 후보자명을 표기한 것을 말한다.

후보자의 성별, 연령 등의 개인적 속성, 출마지역 등 사회적 속성을 말한다. 정치적 속성에서 소속 정당은 후보자의 소속 정당별로 나누어 소속에 따라 후보자명 표기가 어떻게 나타나는가에 대해 살펴보고자 하며, 현직 여부는 현직 국회의원, 전직 국회의원, 신인으로 구분하여 분석하고자 한다. 이를 통해 입후보자가 소속된 정당의 정체성, 또는 이미지가 선거 포스터의 표기에 어떻게 나타나는지, 그리고 현직 유무에 따라 어떠한 문자 표기를 사용하는지 그 양상과 인과관계에 대해 파악할 수 있을 것이다. 그리고 후보자의 연령과 성별이라는 속성과 포스터 표기의 관계에 대해서도 살펴봄으로써 후보자의 내적·외적 속성을 함께 분석의 관점으로 삼을 수 있을 것이다. 마지막으로 출마지역이라고 하는 지역구 및 유권자의 지역적 속성과 후보자명 표기와의 관계에 대해 살펴보고자 한다. 출마지역은 크게 대·중규모 도시고용권, 소규모 도시고용권, 지방권으로 나누어 해당 선거구가 속한 지역의 특성과 후보자명 표기와의 관계에 대해 살펴본다.

4. 선거 포스터 표기에 대한 분석 및 고찰

4.1. 후보자의 소속에 따른 표기

먼저 후보자의 소속과 후보자명 표기와의 관계에 대해 살펴보자. 이를 통해 후보자가 소속한 정당의 정치적 성격과 위상이 포스터의 후보자명 표기와 어떻게 관계하는가에 대해 파악할 수 있을 것이다.

<표2> 소속⁴⁾에 따른 선거포스터 후보자명의 표기 서체

	자민 (280)	민주 (262)	공명 (8)	공산 (159)	사민 (30)	국민 (8)	민나 (13)	행복 (250)	기타 (6)	무소속 (50)	계 (1,066)
고딕계	201(71.8%)	203(77.5%)	3(37.5%)	99(62.3%)	20(66.7%)	2(25.0%)	2(15.4%)	220(88.0%)	4(66.7%)	12(24.0%)	766(71.8%)
둥근 고딕계	32(11.4%)	40(15.3%)	0(0.0%)	51(32.1%)	8(26.7%)	0(0.0%)	0(0.0%)	12(4.8%)	1(16.6%)	18(36.0%)	162(15.3%)
명조계	34(12.1%)	9(3.4%)	3(37.5%)	2(1.3%)	0(0.0%)	3(37.5%)	8(61.5%)	8(3.2%)	0(0.0%)	1(2.0%)	68(6.4%)
필서계	12(4.3%)	7(2.7%)	2(25.0%)	6(3.7%)	1(3.3%)	3(37.5%)	3(23.1%)	8(3.2%)	1(16.6%)	15(30.0%)	58(5.4%)
기타	1(0.4%)	3(1.1%)	0(0.0%)	1(0.6%)	1(3.3%)	0(0.0%)	0(0.0%)	2(0.8%)	0(0.0%)	4(8.0%)	12(1.1%)

*괄호 내 백분율은 해당 요인(소속, 성별 등) 내에서 문자 양식이 차지하는 비율을 나타냄

(이하 <표3> 이하 동일)

4) 각 정당의 약칭은 다음과 같이 나타낸다.

자민:자유민주당(自由民主黨), 민주:민주당(民主黨), 공명:공명당(公明黨), 공산:일본공산당(日本共産黨), 사민:사회민주당(社會民主黨), 국민:국민신당(國民新黨), 민나:민나노당(みんなの黨), 행복:행복실현당(幸福實現黨)

아울러 지면 관계 상 본문에서도 약칭을 사용하는 경우가 있음을 밝혀둔다.

먼저 후보자의 소속에 따른 포스터의 표기 서체는 <표2>와 같이 나타났다. 전체적으로 고딕계통의 서체가 많이 사용되는데 특히 자민당과 민주당의 경우에는 그 비율이 높은 편이었다. 고딕계의 사용 비율이 가장 높은 것은 행복당이었는데 포스터의 입수 과정에서 확인한 결과, 중앙당 차원에서 일부 입후보자를 제외하고는 고딕체로 통일한 것으로 나타났다. 둥근 고딕체는 공산당과 사민당, 무소속 후보자가 비교적 높은 비율로 사용하였으며, 명조체의 사용비율은 공명당과 국민당, 민나노당에서 상대적으로 높게 나타났다. 필서체는 국민신당과 무소속에서 사용 비율이 다소 높게 나타났다.

이 결과는 다음과 같이 분석할 수 있을 것이다. 자민당과 민주당과 같은 수권, 또는 정권교체를 목표로 한 대형 정당은 후보들의 신뢰감과 안정감을 나타내기 위해 고딕계열의 서체를 사용하는 것으로 생각된다⁵⁾. 그리고 공산당과 사민당의 경우는 진보진영을 대표하는 야당으로서 2대 정당과의 차별적인 효과를 위하여 둥근 고딕계열의 서체를 사용할 가능성이 있다. 이를 뒷받침하는 것으로서 같은 야당이기는 하지만 보수계열의 야당인 국민신당과 민나노당의 경우, 회고적인 명조체나 필서체를 사용하고 있다. 즉 이러한 결과는 각 정당이 추구하고자 하는 이미지, 각 정당의 지지층 등을 고려하여 서체를 나누어 사용하는 것이라 해석할 수 있을 것이다.

<표3> 소속에 따른 선거포스터 후보자명의 서자방향

	자민 (280)	민주 (262)	공명 (8)	공산 (159)	사민 (30)	국민 (8)	민나 (13)	행복 (250)	기타 (6)	무소속 (50)	계 (1,066)
세로	175(62.5%)	180(68.7%)	1(12.5%)	78(49.1%)	14(46.7%)	8(100.0%)	9(69.2%)	200(80.0%)	3(50.0%)	17(34.0%)	687(64.4%)
가로	104(37.1%)	79(30.2%)	7(87.5%)	75(47.2%)	14(46.7%)	0(0.0%)	3(23.1%)	49(19.6%)	2(33.3%)	24(48.0%)	357(33.5%)
복합	1(0.4%)	3(1.1%)	0(45.0%)	6(3.7%)	2(6.6%)	0(0.0%)	1(7.7%)	1(0.4%)	0(0.0%)	3(6.0%)	17(1.6%)
기타	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	1(17.7%)	4(8.0%)	5(0.5%)

그리고 후보자의 소속에 따른 서자방향은 <표3>과 같이 나타났다. 전체적으로 세로쓰기가 가장 많았으며. 공명당, 공산당, 사민당, 무소속의 경우에는 상대적으로 가로쓰기를 채용하는 경향이 강하였다. 세로쓰기와 가로쓰기를 제외하고 다른 서자방향은 거의 사용되지 않았다.

일본의 중의원 선거용 포스터(게시용)는 앞서 설명한 대로 가로와 세로의 폭이 불과 2cm 정도밖에 차이가 나지 않기 때문에 정방형에 가깝다. 주로 후보자의 얼굴, 또는 상반신이 포스터의 많은 부분을 차지한다는 점을 고려하면 여백에 성명 등을 배치하기 위해

5) 서체가 지니고 있는 이미지에 대해 山王丸(2009:53)는 “일반적으로 고딕체는 안정감, 믿음, 강인함을 나타내며, 명조체는 우아함, 정통성 등을 나타낸다”고 설명하고 있다.

서는 세로쓰기가 자연스러우며, 실제로 과거의 선거 포스터에는 후보자명을 세로로 배열하는 것이 일반적이었다. 당의 정책에 따라 세로쓰기로 통일된 경향이 짙은 행복당, 소선거구 후보자수가 매우 적은 공명당을 제외하면 세로쓰기를 주로 채용한 당은 모두 보수적인 성향이 강한 정당이었으며, 가로쓰기를 주로 채용한 당은 모두 진보적인 성향이 강한 정당이었다. 따라서 이러한 결과는 후보자가 소속한 정당의 전통적 이미지, 진보적 이미지에 따라 서자방향이 의도적이든 아니든 결정되었을 가능성이 크다는 점을 나타내고 있다고 할 수 있다.

<표4> 소속에 따른 선거포스터 후보자명의 문자종

	자민 (280)	민주 (262)	공명 (8)	공산 (159)	사민 (30)	국민 (8)	민나 (13)	행복 (230)	기타 (6)	무소속 (50)	계 (1,066)
C	115(41.1%)	119(45.4%)	4(50.0%)	82(51.6%)	9(30.0%)	7(87.5%)	8(61.5%)	68(27.6%)	2(33.3%)	15(30.0%)	429(40.2%)
H	29(10.4%)	31(11.8%)	0(0.0%)	32(20.1%)	5(16.7%)	0(0.0%)	0(0.0%)	50(20.0%)	1(16.7%)	14(28.0%)	162(15.2%)
K	0(0.0%)	1(0.4%)	0(0.0%)	1(0.6%)	1(3.3%)	0(0.0%)	0(0.0%)	3(1.2%)	0(0.0%)	1(2.0%)	7(0.7%)
C+H	120(42.9%)	93(35.5%)	3(37.5%)	33(20.8%)	6(20.0%)	1(12.5%)	5(38.5%)	116(46.4%)	2(33.3%)	7(14.0%)	386(36.2%)
C+K	1(0.4%)	0(0.0%)	0(0.0%)	1(0.6%)	1(3.3%)	0(0.0%)	0(0.0%)	2(0.8%)	0(0.0%)	3(6.0%)	8(0.8%)
H+K	0(5.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	1(0.6%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	1(2.0%)	2(0.2%)
C+(H)	103(36%)	15(5.7%)	1(12.5%)	8(5.0%)	8(26.7%)	0(0.0%)	0(0.0%)	8(3.2%)	1(16.7%)	7(14.0%)	58(5.4%)
C+(K)	5(1.8%)	3(1.1%)	0(0.0%)	1(0.6%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	3(1.2%)	0(0.0%)	2(4.0%)	14(1.3%)

H:히라가나, K:가타카나, C:한자, +는 각 문자 종류의 조합, 괄호는 히라가나로서의 표기를 의미함
(이하 <표7>, <표10>, <표13>, 표<16> 공통)

한편 소속에 따른 후보자명의 문자종은 <표4>와 같이 나타났다. 전체적으로 한자 단독 표기와 한자+히라가나 병렬 표기가 가장 많았으며, 그 뒤를 히라가나 단독 표기, 한자+히라가나 음독 표기가 차지하였다. 한자 단독 표기는 국민신당과 민나노당에서 높은 비율로 나타났으며, 민주당과 공명당, 자민당 등도 평균을 상회하였다. 히라가나 단독 표기는 공산당, 행복당, 무소속에서 비교적 많이 사용되었으며, 한자+히라가나 병렬 표기는 각 소속별로 고르게 나타났다. 한자+히라가나 음독 표기는 사민당, 무소속 등에서 상대적으로 높게 나타났다.

일반적으로 한자는 정통성과 안정감, 권위, 히라가나의 유연함과 친근감, 가타카나는 속도감과 세련됨이라는 위상을 각각 지닌다고 일컬어진다(生田目 2000:137). 실제로 이번 조사의 결과는 이러한 이미지가 그대로 반영된 결과라 생각된다. 가장 보수 성향이 강한 국민신당과 민나노당의 경우 한자 사용비율이 매우 높았으며, 진보적인 성향을 지니거나 일정한 정치적 성향을 가늠하기 어려운 무소속 후보의 경우에는 가나 표기를 포함한 여러 종류의 문자종이 다양하게 사용되고 있었다. 다만 자민당의 경우, 한자 단독

표기뿐만 아니라 한자+히라가나 병렬 표기를 다수 사용되었는데 이는 자민당에서 분리한 다수의 보수 정당이 새로이 등장하였다는 점, 야당에 의한 정권교체에 대한 위기의식 등이 반영되어 신생 보수정당과의 차별성, 민주당과의 차별성을 주장하기 위한 것이 아닌가 생각된다.

이상의 논의와 같이 선거 입후보자들은 소속 정당이 지니고 있는 이미지를 나타내거나 강화시키기 위해, 그리고 다른 정당과의 구별이나 식별을 위해 특정한 문자 표기를 사용함으로써 해당 후보나 정당이 지니고 있거나 나타내고자 하는 특성을 강화시키고 있음을 알 수 있다.

4.2. 후보자의 성별에 따른 표기

다음으로 후보자의 성별과 후보자명 표기와의 관계에 대해 살펴보자. 이를 통해 후보자의 연령과 포스터의 후보자명 표기와의 관계에 대해 파악할 수 있을 것이다.

<표5> 성별에 따른 선거포스터 후보자명의 표기 서체

	남성 (846)	여성 (220)	계 (1,066)
고딕계	619(73.2%)	147(66.8%)	766(71.8%)
등근 고딕계	107(12.6%)	55(25.0%)	162(15.3%)
명조계	64(7.6%)	4(1.8%)	68(6.4%)
필서계	53(6.3%)	5(2.3%)	58(5.4%)
기타	3(0.3%)	9(4.1%)	12(1.1%)

먼저 후보자의 성별에 따른 포스터의 표기 서체는 <표4>와 같이 성별에 따라 차이가 보였다. 남성 후보자는 고딕체, 명조계, 필서계에서 높은 비율을 나타냈으며, 여성 후보자는 등근 고딕체에서 상대적으로 높게 나타났다.

등근 고딕을 포함한 고딕계열의 서체가 전체 사용의 대부분을 차지한다는 점은 유권자의 눈이 쉽게 띠어야 하고, 쉽게 읽혀야 하는 선거 포스터의 특성이 반영된 것으로 보인다. 다만 같은 고딕계열의 서체라 하더라도 남성 후보자의 경우는 직선적이고 선이 굵은 (bold) 고딕체를 사용하여 강한 남성성(masculinity)을 표현하고자 하며, 여성 후보자의 경우는 부드럽고 유연한 등근 고딕체를 사용하여 온화한 여성성(femininity)를 표현하고자 하는 것으로 생각된다. 한편 명조체나 필서체의 경우는 남성 후보자에게서 주로 사용되는 것으로 나타났는데, 이는 시인성을 다소 희생하더라도 안정감, 어른스러움 등을 나타내는 해당 서체의 이미지와 남성 정치가로서의 뚝심, 경력 등을 결부시켜 나타내려는

적극적인 의도라 생각된다.

<표6> 성별에 따른 선거포스터 후보자명의 서자방향

	남성 (846)	여성 (220)	계 (1,066)
세로	576(68.1%)	111(50.5%)	687(64.4%)
가로	258(30.5%)	99(45.0%)	357(33.5%)
반호	10(1.2%)	7(3.2%)	17(1.6%)
기타	2(0.2%)	3(1.3%)	5(0.5%)

그리고 성별에 따른 후보자명의 서자방향은 <표6>과 같이 나타났다. 성별에 관계없이 세로쓰기의 비율이 높게 나타났지만 평균치와 비교하여 볼 때, 남성 후보자는 세로쓰기가, 여성 후보자는 가로쓰기가 상대적으로 많이 사용되는 경향이 나타났다.

앞서 설명하였듯이 선거 포스터는 공간배치의 효율성, 후보자명의 시인성 등을 고려할 때 세로로 후보자명을 배치하는 것이 효과적이다. 다만 지나치게 공간 효율성만을 추구하면 오히려 답답한 인상을 줄 수 있고, 상대적으로 인물의 사진이 부각되지 않는 단점도 존재한다. 본 조사의 결과로 볼 때, 남성 후보자의 경우는 후보자의 사진보다 이름의 표기에 중점을 두고 세로쓰기를 채용하려는 경향이 강하며, 여성 후보자의 경우는 상대적으로 소수인 여성 후보자라는 점을 강조하기 위하여 사진에 초점을 맞추려 한 것이 아닌가 생각된다. 이와 더불어 과거 선거 포스터의 서자방향이 주로 세로쓰기였고, 일본 정치계가 지금까지 남성 중심으로 흘러왔던 점을 고려할 때, ‘세로쓰기=남성 정치인’이라는 고정관념이 이러한 결과를 만들어낸 원인 중 하나라 생각할 수 있을 것이다.

<표7> 성별에 따른 선거포스터 후보자명의 문자종

	남성 (846)	여성 (220)	계 (1,066)
C	362(42.8%)	67(30.4%)	429(40.2%)
H	122(14.4%)	40(18.2%)	162(15.2%)
K	7(0.8%)	0(0.0%)	7(0.7%)
C+H	277(32.7%)	109(49.5%)	386(36.2%)
C+K	8(0.9%)	0(0.0%)	8(0.8%)
H+K	2(0.2%)	0(0.0%)	2(0.2%)
C+(H)	55(6.5%)	3(1.4%)	58(5.4%)
C+(K)	13(1.5%)	1(0.5%)	14(1.3%)

한편 후보자의 성별에 따른 선거 포스터의 문자종은 <표7>과 같이 나타났다. 남성 후보자에서는 한자 단독 표기, 한자+히라가나 음독 표기가 상대적으로 많이 사용되었으

며, 여성 후보자에서는 히라가나 단독 표기, 한자+히라가나 병렬 표기가 다수 사용되었다.

앞 절에서도 설명한 바와 같이 한자 표기는 권위를 상징한다. 일본 현대 정치사는 남성에 의한 정치였고, 이것이 곧 전통이자 역사이었다. 즉 한자가 지니는 정통성은 당연히 남성 정치인을 상징하는 것으로서 위와 같은 결과는 이러한 정치사를 그대로 반영하는 것이라 할 수 있다. 오히려 주목할 만한 것은 여성 후보자에게 가장 많이 사용된 한자+히라가나 단독 표기와 남성 후보자에게 상대적으로 많이 사용된 한자+히라가나 병렬 표기이다. 여성성을 온전히 반영하고자 한다면 히라가나 단독 표기가 압도적으로 많아야 할 것이지만 실제 표기 문자는 그렇지 않았다. 그렇다면 이 결과는 어떻게 보아야 할까. 이러한 결과는 ‘정치인으로서 여성’이라는 양면성이 반영된 결과로 보는 것이 타당할 것이라 생각된다. 즉 성(姓) 또는 이름에만 히라가나를 사용하고 나머지 부분을 한자로 표기함으로써 정치인으로서의 아이덴티티를 가능한 한 손상시키지 않고, 동시에 히라가나에 의해 여성성을 반영하고자 하는 상호절충의 결과라 생각할 수 있을 것이다.

이상의 논의를 통해 선거 입후보자는 남성 정치인으로서의 정통성, 여성 정치인으로서의 참신함 등 각 후보가 지니고 있는 젠더적인 요소를 서체, 표기방향, 문자종 등의 문자 표기를 통해 적극적으로 표출하고 있음을 알 수 있다.

4.3. 후보자의 연령에 따른 표기

다음으로 후보자의 연령과 후보자명 표기와의 관계에 대해 살펴보자. 후보자의 연령은 모집단의 크기를 안배하여 30대 이하, 40대, 50대, 60대 이상으로 나누어 분석한다. 이를 통해 후보자의 성별과 포스터의 후보자명 표기와의 관계에 대해 파악할 수 있을 것이다.

<표8> 연령에 따른 선거포스터 후보자명의 표기 서체

	~39세 (211)	40~49세 (259)	50~59세 (390)	60세~ (206)	계 (1,066)
고딕계	137(64.9%)	196(75.7%)	328(84.1%)	105(51.0%)	766(71.8%)
둥근 고딕계	28(13.3%)	40(15.4%)	50(12.8%)	44(21.4%)	162(15.3%)
명조계	18(8.5%)	14(5.4%)	12(3.1%)	24(11.6%)	68(6.4%)
필서계	19(9.0%)	8(3.1%)	0(0.0%)	31(15.0%)	58(5.4%)
기타	9(4.3%)	1(0.4%)	0(0.0%)	2(1.0%)	12(1.1%)

먼저 후보자의 연령에 따른 포스터의 표기 서체는 <표8>과 같이 나타났다. 고딕계의 사용은 전 연령대에 걸쳐 가장 많이 사용되고 있지만 특히 40대와 50대 후보자에게서

그 비율이 높았다. 둥근 고딕체는 60대 후보자에서 가장 높았으며, 명조체와 필서체 역시 60대에서 가장 높았다. 다만 명조체와 필서체는 30대 이하 연령의 후보자에게서도 평균치보다 높은 비율을 보였다.

이처럼 둥근 고딕체 서체가 높은 연령층에 많이 사용되는 경향은 해당 서체가 지니고 있는 이미지인 ‘밝고 경쾌함, 부드럽고 유연함’을 통해 후보자의 단점으로 작용할 수 있는 ‘고령’이라는 속성을 완화시키는 기체로서 활용하고 있음을 말해주는 것이라 할 수 있다. 같은 의미에서 낮은 연령의 후보자들이 명조 및 필서체 서체를 상대적으로 많이 사용하는 것도 명조체나 필서체 서체가 지니는 ‘역사성과 전통성, 무게감’ 등의 위상을 통해 젊은 후보자에게 부족한 정치적 경력을 보완하기 위한 수단으로 사용한 결과라 할 수 있을 것이다.

<표9> 연령에 따른 선거포스터 후보자명의 서자방향

	~39세 (211)	40~49세 (259)	50~59세 (390)	60세~ (206)	계 (1,066)
세로	142(67.3%)	159(61.4%)	280(71.8%)	106(51.5%)	687(64.4%)
가로	59(28.0%)	98(37.8%)	105(26.9%)	95(46.1%)	357(33.5%)
반호	8(3.8%)	1(0.4%)	4(1.0%)	4(1.9%)	17(1.6%)
기타	2(0.9%)	1(0.4%)	1(0.3%)	1(0.5%)	5(0.5%)

그리고 후보자의 연령에 따른 포스터의 서자방향은 <표9>와 같이 나타났다. 세로쓰기는 30대 이하와 50대의 후보자에게 많이 보였으며, 가로쓰기는 40대와 60대의 후보자에게서 비교적 높게 나타났다.

이처럼 후보자의 연령에 서자방향 역시 앞서 분석한 서체의 결과와 유사한 양상을 보였다. 즉 낮은 연령층의 후보자에게 상대적으로 높은 비율로 나타난 세로쓰기와 높은 연령층의 후보자에게 높게 나타난 가로쓰기는 각 연령의 후보자에게 부족한 이미지(낮은 연령의 후보자는 정치적 경험, 높은 연령의 후보자는 참신성 등)를 보완하려고 하는 것으로 이해할 수 있다. 한편 50대의 후보자가 세로쓰기를 가장 선호하는 것은 현역 의원의 비율이 50대 후보자에서 가장 높기 때문에⁶⁾ 현역 국회의원으로서의 안정감과 전통성을 중시한 결과가 반영된 것으로 볼 수 있다.

6) 제45대 중의원 선거에 출마한 현직 의원의 수는 모두 399명으로서 이중 50대는 235명(전체 의원 중 약 58.9%)이다.

<표10> 연령에 따른 선거포스터 후보자명의 문자종

	~39세 (211)	40~49세 (259)	50~59세 (390)	60세~ (206)	계 (1,066)
C	65(30.8%)	114(44.0%)	203(52.1%)	47(22.8%)	429(40.2%)
H	46(21.8%)	32(12.4%)	39(10.0%)	45(21.8%)	162(15.2%)
K	5(2.4%)	0(0.0%)	1(0.4%)	1(0.5%)	7(0.7%)
C+H	76(36.0%)	97(37.5%)	120(30.7%)	93(45.1%)	386(36.2%)
C+K	4(1.9%)	3(1.2%)	0(0.0%)	1(0.5%)	8(0.8%)
H+K	1(0.5%)	1(0.4%)	0(0.0%)	0(0.0%)	2(0.2%)
C+(H)	5(2.4%)	9(3.5%)	27(6.8%)	17(8.3%)	58(5.4%)
C+(K)	9(4.3%)	3(1.2%)	0(0.0%)	2(1.0%)	14(1.3%)

한편 후보자의 연령에 따른 포스터의 문자종은 <표10>과 같이 나타났다. 한자 단독 표기는 50대에서 가장 높은 비율로 나타났으며, 히라가나 단독 표기는 30대 이하와 60대 이상의 후보자에게서 많이 나타났다. 그 외의 표기는 모든 연령대에서 비교적 고르게 사용되었으나 한자+히라가나 병렬 표기, 한자+히라가나 음독 표기가 60대 이상의 후보자에게서 상대적으로 높게 나타났다.

50대 후보자에게 한자 표기가 많은 것은 앞서도 설명하였듯이 해당 선거에 비교적 지명도가 높은 후보들이 다수 출마하였기 때문이기도 하지만 위상의 관점에서 본다면 중견 정치인으로서의 안정감을 강조하기 위한 전략으로도 해석할 수 있을 것이다. 이와는 대조적으로 낮은 연령의 후보자의 경우에는 첫 출마나 초선의원 등이 대부분이므로 자신의 이름을 정확하고 선명하게 알릴 필요성에 의해 히라가나 단독 표기(또는 한자+히라가나 병렬 표기)를 선호하는 것으로 생각된다. 그리고 60대 이상의 후보들은 젊고 친근감 있는 인상을 부여하기 위해 히라가나 단독 표기나 한자+히라가나 병렬 표기를 채용하고 있는 것으로 해석할 수 있다.

이렇게 선거 포스터의 문자 표기에는 후보자의 연령이 그 표기에 직접적으로 영향을 미치고 있으며, 이러한 표기에는 연령의 단점을 극복하거나 반대로 연령의 장점을 부각하기 위한 전략이 내재되어 있음을 알 수 있다.

4.4. 후보자의 이력에 따른 표기

다음으로 후보자의 정치적 이력과 후보자명 표기와의 관계에 대해 살펴보자. 후보자의 이력은 현직 국회의원, 전직 국회의원, 신인으로 나누어 분석한다. 이를 통해 후보자의 정치적 지명도와 포스터의 후보자명 표기와의 관계에 대해 파악할 수 있을 것이다.

<표11> 이력에 따른 선거포스터 후보자명의 표기 서체

	현직 (398)	전직 (63)	신인 (605)	계 (1,066)
고딕계	302(75.9%)	32(50.8%)	432(71.4%)	766(71.8%)
등근 고딕계	22(5.5%)	30(47.6%)	110(18.2%)	162(15.3%)
명조계	48(12.1%)	0(0.0%)	20(3.3%)	68(6.4%)
필서계	25(6.3%)	0(0.0%)	33(5.5%)	58(5.4%)
기타	1(0.2%)	1(1.6%)	10(1.6%)	12(1.1%)

먼저 후보자의 이력에 따른 포스터의 표기 서체는 <표11>과 같이 나타났다. 현직의 경우에는 고딕계통의 서체와 더불어 명조체를 많이 사용하는 것으로 나타났으며 전직 후보자의 경우에는 다른 이력의 후보자에 비해 등근 고딕체를 상당히 많이 사용하였다.

현직의 경우, 강한 정치인, 신뢰할 수 있는 정치인이라는 위상을 선이 굵은 고딕계열의 서체를 통해 나타내고 있는 것으로 생각된다. 더불어 안정감을 지니는 명조계열의 서체를 사용하여 현역의원으로서의 안정감, 경륜 등을 나타내고 있다. 한편 전직의원이 다소 여성적이고 유연한 위상을 지니는 등근 고딕계 서체를 선호하는 결과는 대중에 친밀감을 어필해야 한다는 의식이 강하게 나타난 것이라 해석할 수 있을 것이다. 이는 낙선 등을 경험한 후보자가 대중과의 거리감을 줄이고 유권자들에게 권위적이지 않은 인상을 주기 위한 전략이 아닌가 생각된다.

<표12> 이력에 따른 선거포스터 후보자명의 서자방향

	현직 (398)	전직 (63)	신인 (605)	계 (1,066)
세로	279(70.1%)	30(47.6%)	378(62.5%)	687(64.4%)
가로	118(29.7%)	30(47.6%)	209(34.5%)	357(33.5%)
반호	1(0.2%)	3(4.8%)	13(2.1%)	17(1.6%)
기타	0(0.0%)	0(0.0%)	5(0.9%)	5(0.5%)

그리고 후보자의 이력에 따른 후보자명의 서자방향은 <표12>와 같이 나타났다. 현직 후보자는 세로쓰기를 다른 이력의 후보자에 비해 많이 사용하고 있었으며 전직 후보자는 상대적으로 가로쓰기를 많이 사용하고 있었다. 신인 후보자의 경우에는 전체 평균과 매우 유사한 양상을 보였다.

세로쓰기는 일본어의 전통적인 서자방향이자 앞서 설명하였듯이 선거 포스터의 전통적인 표기방향이기도 하다. 따라서 현직 후보자는 포스터에 세로쓰기를 채용함으로써 정치인으로서의 경험과 연륜, 정통성 등을 어필하고 있다고 생각할 수 있다. 이와는 대조적으로 전직 후보자의 경우, 정치인으로서의 재도약, 쇄신 등의 의미로 전직 후보자와의

차별성을 위해 가로쓰기를 채용하는 것은 아닐까 생각된다.

<표13> 이력에 따른 선거포스터 후보자명의 문자종

	현직 (398)	전직 (63)	신인 (605)	계 (1,066)
C	264(66.3%)	25(39.7%)	140(23.1%)	429(40.2%)
H	28(7.0%)	4(6.3%)	130(21.5%)	162(15.2%)
K	0(0.0%)	1(1.6%)	6(1.0%)	7(0.7%)
C+H	71(17.8%)	30(47.6%)	285(47.1%)	386(36.2%)
C+K	0(0.0%)	0(0.0%)	8(1.3%)	8(0.8%)
H+K	0(0.0%)	0(0.0%)	2(0.3%)	2(0.2%)
C+(H)	34(8.5%)	3(4.8%)	21(3.3%)	58(5.4%)
C+(K)	1(0.2%)	0(0.0%)	13(2.1%)	14(1.3%)

다음으로 후보자의 이력에 따른 후보자명의 문자종은 <표13>과 같이 나타났다. 현직의 경우 한자가 중심이 된 한자 단독 표기, 한자+히라가나 음독 표기를 사용하는 비율이 다른 이력의 후보자에 비해 압도적으로 높았으며, 전직 후보자의 경우에는 한자+히라가나 병렬 표기를 사용하는 비율이 높았다. 한편 신인 후보자의 경우에는 여러 문자종을 고르게 사용하는 경향이 보였으나 다른 후보군에 비해 히라가나 단독 표기와, 한자+히라가나 단독 표기가 상대적으로 많았다. 이는 기성 정치인들에 비해 지명도가 낮은 신인 후보자들이 자신의 이름을 정확하고 선명하게 알리기 위해 가독성이 높은 가나표기를 선호한 결과라 생각할 수 있다.

그리고 현직 후보자가 한자 단독 표기를 압도적으로 많이 사용하는 것은 앞서 분석한 포스터의 서체, 표기방향과 동일한 맥락으로 이해할 수 있을 것이다. 즉 ‘고딕체-세로쓰기-한자 표기’라는 일본 선거 포스터의 프로토타입(prototype)을 사용하여 현직 국회의원으로서의 권위와 정통성을 상징하려 하는 것이다. 한자는 대표적인 표의문자이기 때문에 문자와 음성이 직접적으로 결합되어 있지 않다. 따라서 한자를 단독으로 표기하는 것은 이미 이름이 어느 정도 알려진 후보자가 선호하는 것으로 생각되며, 신인 후보자들이 한자 단독 표기보다는 가나 단독 표기나 병렬 표기를 선호하는 것도 같은 의미에서 이해할 수 있을 것이다. 다만 현직 후보자의 경우에도 가나를 함께 사용하는 비율이 높은 문자조합이 있었는데 바로 한자+히라가나 음독 표기이다. 이러한 표기 경향은 한자 단독 표기와 히라가나 단독 표기의 중간 단계에 해당하는 것으로서 현직 의원으로서의 권위를 지키되 성명의 독음을 주지시키려 하는 다소 소극적인 ‘자기 알리기’의 전략이라 생각된다.

위와 같이 선거 포스터의 문자 표기는 정치 이력의 길고 짧음이 밀접하게 관련되어 있으며, 여기에는 기성 정치인으로서의 권위, 정통성, 전직 의원으로서의 이미지 쇄신,

신인 정치인으로서의 자기 어필이라는 적극적인 전략이 내재되어 있음을 알 수 있다.

4.5. 후보자의 출마지역에 따른 표기

다음으로 출마지역과 후보자명 표기와의 관계에 대해 살펴보자. 후보자의 출마지역은 일본 경제산업성(經濟産業省)의 ‘지역·사람·일 창생본부[まち·ひと·しごと創生本部]’가 2010년에 경제활동을 분석하여 책정한 것을 사용하는데 이는 일본 전역을 233개 도시권으로 분류한 것이다⁷⁾. 이에 따라 전국 300개의 소선거구를 각각 대·중규모 도시권, 소규모 도시권, 지방권으로 분류하여 각 지역의 도시규모와 출마자들의 포스터 후보자명 표기와의 관계에 대해 살펴보았다.

<표14> 출마지역에 따른 선거포스터 후보자명의 표기 서체

	대·중규모 도시권 (480)	소규모 도시권 (370)	지방권 (216)	계 (1,066)
고딕계	332(69.2%)	273(73.8%)	161(74.5%)	766(71.8%)
등근 고딕계	66(13.8%)	50(13.5%)	46(21.3%)	162(15.3%)
명조계	39(8.1%)	23(6.2%)	6(2.8%)	68(6.4%)
필서계	38(7.9%)	19(5.1%)	1(0.5%)	58(5.4%)
기타	5(1.0%)	5(1.3%)	2(0.9%)	12(1.1%)

먼저 출마지역에 따른 포스터의 표기 서체는 <표14>와 같이 나타났다. 고딕계통의 서체는 모든 지역에서 고르게 사용되는 것으로 나타났으나 등근 고딕계통의 서체는 지방권에서, 명조계 서체나 필서계 서체는 대·중규모 도시권에서 상대적으로 많이 사용되는 경향을 보였다. 대·중규모 도시권에서 고딕계통의 서체가, 지방권에 등근 고딕계통의 서체가 각각 많이 사용되는 것은 ‘도시=진보적’, ‘지방=보수적’이라는 일반적인 인식(萩原 2016:36)과는 조금 다른 결과로서 주목된다. 도시의 보수화와 농촌의 진보화에 대해 코세(1996:198)는 “버블 붕괴 이후의 일본의 사고적 중심이 탈고착화되었다”고 설명하면서 “그 때까지 한 쪽 방향으로의 변화에 익숙했던 일본인들이 진행방향과 반대되는 방향으로 처음 눈을 돌렸다”고 지적한다. 이어 “앞으로의 일본의 정치, 경제, 문화 등 사회의 변화상은 도시부는 보수화하고, 농촌부는 진보화하는 양상으로 바뀔 것이며, 이것은 일본 사회의 획일화가 아니라 새로운 다원화를 의미한다”고 덧붙이고 있다. 이번 조사의 결과

7) 도시권의 분류에 관하여서는 여러 기관의 분류가 있지만 본 조사에서는 경제산업성의 분류기준을 채용한다. 그 이유로는 다른 분류와는 달리 경제활동인구의 이동 등을 고려하여 일과 주거가 분리된 경우를 수치적으로 보정하여, 단순히 주거만이 아니라 경제활동 등 실제로 정치의 영향력이 미치는 곳으로서의 도시의 규모를 분류한 것이기 때문이다.

역시 도시권 후보자는 보수적인 서체를 통해 안정감을 주장하며, 지방권 후보자는 친밀감 있는 서체를 통해 젊고, 경제함을 주장하고 있다고 해석할 수 있을 것이다.

<표15> 출마지역에 따른 선거포스터 후보자명의 서자방향

	대·중규모 도시권 (480)	소규모 도시권 (370)	지방권 (216)	계 (1,066)
세로	328(68.3%)	235(63.5%)	124(57.4%)	687(64.4%)
가로	147(30.7%)	126(34.1%)	84(38.9%)	357(33.5%)
반호	4(0.8%)	5(1.3%)	8(3.7%)	17(1.6%)
기타	1(0.2%)	4(1.1%)	0(0.0%)	5(0.5%)

그리고 후보자의 출마지역에 따른 후보자명의 서자방향은 <표15>와 같이 나타났다. 소규모 도시권에서는 지역 평균과 유사한 양상을 나타냈으나 대·중규모 도시권에서는 세로쓰기가, 지방권에서는 가로쓰기가 상대적으로 많이 사용되는 것으로 나타났다. 이 결과 역시 앞서 설명한 출마지역에 따른 서체의 사용 양상과 유사하게 이해할 수 있을 것 같다. 더욱이 소규모 도시권의 표기 양상이 대·중규모 도시권과 지방권의 중간 정도로 나타난다는 점을 고려하면 지역에 따라 선호하는 표기방식은 도시의 규모와 관련이 있다고 할 수 있다.

<표16> 출마지역에 따른 선거포스터 후보자명의 문자중

	대·중규모 도시권 (480)	소규모 도시권 (370)	지방권 (216)	계 (1,066)
C	182(37.9%)	133(35.9%)	114(52.8%)	429(40.2%)
H	87(18.1%)	60(16.2%)	15(6.9%)	162(15.2%)
K	1(0.2%)	4(1.1%)	2(0.9%)	7(0.7%)
C+H	181(37.7%)	146(39.5%)	59(27.3%)	386(36.2%)
C+K	1(0.2%)	5(1.3%)	2(0.9%)	8(0.8%)
H+K	1(0.2%)	1(0.3%)	0(0.0%)	2(0.2%)
C+(H)	24(5.0%)	13(3.5%)	21(9.7%)	58(5.4%)
C+(K)	3(0.6%)	8(2.2%)	3(1.4%)	14(1.3%)

한편 출마지역에 따른 후보자명의 문자중은 <표16>과 같이 나타났다. 대·중규모 도시권과 소규모 도시권에서는 한자 단독 표기가 다소 적게 사용되는 것을 제외하고는 특별한 경향을 보이지는 않았지만 지방권에서는 한자 단독 표기와 한자+히라가나 음독 표기가 다른 지역에 비해 다소 높게 나타났다. 위에서 분석·고찰한 바와 같이 포스터의 서체와 서자방향은 ‘도시권=보수화’, ‘지방권=탈보수화’의 양상을 보였지만 문자중의 경우에는 이

와 반대되는 경향을 나타냈다. 이와 같은 지방권 선거구의 한자 선호현상은 어떻게 이해할 수 있을까. 가능성으로 추측할 수 있는 것이 후보 개인의 높은 인지도와 지역 유권자의 높은 한자 인식비율이다. 지방권 출마자의 경우 선대, 또는 선선대의 지역구를 그대로 물려받은 이른바 세습 정치인이 많기 때문에⁸⁾ 지역 유권자들에게 지명도가 매우 높을 것이다. 그리고 한자에 상대적으로 익숙한 노년층이 지방권에 많이 거주하고 있는 점 역시 한자만으로 후보자명을 표기하는 배경을 설명하는 키워드가 될 수 있을 것이다.

이와 같이 후보자의 출마지역과 선거 포스터의 문자 표기는 하나의 축으로는 설명할 수 없는 상대적으로 복잡한 양상을 나타냈다. 이는 도시의 보수화, 지방의 탈보수화라는 시대적인 변화와 함께 세습 정치인이 지니는 높은 지명도, 높은 한자 식자율 등이 복합적으로 반영된 결과라 할 수 있다.

5. 나오며

이상의 고찰에서 보듯 일본의 선거 포스터 표기에는 선거 입후보자가 지니고 있거나 나타내고자 하는 아이덴티티가 그대로 반영되어 있다. 즉 선거에 출마한 후보자들은 서체와 표기 방향, 문자종이라고 하는 일본어의 문자표기 체계가 지니고 있는 이미지를 활용하여 정치인으로서의 후보자의 정체성과 가치를 형성·강화하고 있는 것이다.

고찰 결과를 간단히 정리하면 아래와 같다.

첫째, 선거 입후보자는 자신이 소속된 정당이 지니고 있는 이미지를 나타내거나 강화시키기 위해, 그리고 다른 정당과의 구별이나 식별을 위해 특정한 문자 표기를 사용한다. 즉 선거 포스터의 문자 표기는 해당 후보나 정당이 지니고 있거나 나타내고자 하는 정치적 특성을 강화시키는 도구로서 기능하고 있다.

둘째, 선거 입후보자는 성별에 따라 남성 정치인으로서의 정통성, 여성 정치인으로서의 참신함 등 각 후보가 지니고 있는 젠더적인 요소를 서체, 표기방향, 문자종 등의 문자 표기를 통해 적극적으로 표출하고 있다.

셋째, 선거 입후보자는 저연령과 고연령이라는 생물학적인 연령의 약점을 극복하기 위해, 또한 젊음과 연륜 등 자신의 연령의 장점을 부각하기 위해 포스터의 문자 표기

8) 제45대 중의원 소선거구 당선자 중 세습 정치인의 수는 모두 125명이었다. 본 조사의 분류에 의하면 지방권은 전 300의석 중 85석(총 의석의 약 28.3%)을 차지하는데 당선자수는 이를 크게 웃도는 56명(65.9%)로 나타났다.

전략을 구사하고 있다.

넷째, 선거 입후보자는 기성 정치인으로서의 권위, 정통성, 전직 의원으로서의 이미지 쇄신, 신인 정치인으로서의 자기 어필이라는 자신의 정치 이력의 장점을 부각시키기 위해 적극적인 문자 표기 전략을 사용하고 있다.

다섯째, 선거 입후보자는 자신의 출마지역의 특성을 반영함과 동시에 해당 지역이 지향하는 가치, 해당 지역에서의 지명도 등 다양한 요인을 고려하여 문자 표기 전략을 사용하고 있다.

결론적으로 선거 입후보자의 문자 표기에는 서체, 표기 방향, 문자종이라고 하는 문자 언어적인 측면이 직접적으로 관련되어 있다고 할 수 있다. 즉 서체가 지니고 있는 굵기, 장식성, 역사성, 표기 방향이 지니고 있는 가독성과 전통, 문자종이 지니고 있는 명료함, 표음성, 정통성이라는 요소를 후보자의 속성과 결부시켜 후보자의 위상을 강조·강화하는 수단으로서 선거 포스터의 문자 표기가 사용되는 것이다. 그리고 이러한 문자 표기의 3요소는 각각 독립적으로 작용하는 것이 아니라 후보자와 출마지역 등이 지니는 정치적·생물학적·지역적 속성을 복합적으로 반영한다.

본 연구는 현대 사회에서 고유한 브랜드로서 가치를 지니는 국회의원 선거 후보자들이 선거운동용 포스터에서 다양한 문자 표기를 통해 자신의 위상을 나타내려는 표기 의도에 대해 고찰하였다. 본 연구의 결과는 앞으로 다른 인물군이나 상품에서의 표기 양상과 경향, 이에 내재된 사회언어학적 의미에 대한 실증적 연구의 방법론을 제시하였다는 데 의의가 있다고 평가할 수 있다. 또한 마케팅 분야에서의 네이밍 연구의 기초적 자료로서 활용할 수도 있을 것이다. 그러나 본 연구는 선거 포스터의 개별 사례를 질적으로 분석·고찰하지 못하였다는 연구방법적인 한계를 지니고 있다. 또한 해당 선거와 시기를 달리하는 선거에 사용된 포스터와의 비교분석도 이루어지지 못하였다. 향후 이러한 한계를 극복하고 도출된 과제를 해결하기 위하여 선거 포스터에 대한 질적 분석, 각 문자 표기에 부여된 위상에 대한 의식조사 등을 통한 검토작업 등 후속 연구가 필요하리라 생각된다. 이는 앞으로의 과제로 삼고 싶다.

【참고문헌】

- 윤상한(2003a) 「위상문자로서의 병월명 문자 표기에 관한 고찰」 『日語日文学』 85 pp.311-325
 _____(2013b) 「위상문자로서의 커피 음료의 표기에 관한 고찰」 『日本言語文化』 24 pp.335-356

- _____ (2013c) 「주택명의 위상론」 『日本学』 36 pp.207-237
- 이연숙(2005) 『유니버설 디자인』 연세대학교 출판부 pp.101-112
- 이종열(2010) 「간판 언어에 나타난 우리말의 표기 실태 연구」 『한국어의미학』 31 pp.181-183
- 허재영(2006) 「외국어 차용 표기와 문제점」 『한말연구』 2 p.263
- 生田目美紀(2000) 「日本語デジタルフォントのイメージ分析」 『感性評価』 4 pp.135-139
- 石井恒夫(2007) 「ひらかな表記語における形態プライミング効果」 『近畿福祉大学紀要』8(1) pp.91-94
- 泉文明(1999) 「現代日本語の文字種と表記方法を考える」 『日語教育』 16 pp.179-193
- 岩原昭彦ほか(2004) 「文字言語における感情的意味情報の伝達メカニズムについて」 『認知科学』 11 pp.271-281
- 内山隆啓ほか(2012) 「書体と製品の印象に関する研究」 『日本デザイン学会研究発表大会概要集』 59(0), pp.266-269
- 奥垣内健(2010) 「カタカナ表記語の意味についての一考察-身体性とイメージの観点から-」 『言語科学論集』 16 pp.79-89
- 川上正浩(1991) 「日本語の表記頻度と出現頻度が認知過程に及ぼす影響」 『日本教育心理学会総会発表論文集』 33 pp.739-740
- 河原純一郎ほか(2001) 「書字行動からみた言語の認知・学習過程に関する研究-書字行動測定用ソフトウェア開発の試み」 『広島大学教育学部紀要・第三部(教育人間科学関連領域)』 50 pp.317-324.
- 金海燕ほか(2011) 「文字表現の異なる車内表示の可読性評価」 『自動車技術会論文集』 42(2) pp.651-655
- 金水敏(2003) 『ヴァーチャル日本語 役割語の謎』 岩波書店 pp.11-15
- _____ (2007) 『役割語研究の地平』 くろしお出版 pp.3-10
- 境山史朗ほか(2002) 『選挙ポスターの研究』 木鐸社刊 pp.82-113
- 山王丸榊(2009) 『書体の研究 for Digital Creators』 晋遊舎 pp.48-80
- 則松智子ほか(2006) 「若者雑誌におけるカタカナ表記とその慣用化をめぐる」 『北九州市立大学文学部論叢』 69 pp.21-23
- 武部良明(1991) 『文字表記と日本語教育』 凡人社 pp.22-25
- 田中章夫(1999) 『日本語の位相と位相差』 明治書院 pp.1-40
- 成田徹男ほか(2004) 「現代日本語の表記体系と表記戦略概略-カタカナの使い方の変化-」 『人間文化研究』2 pp.41-45
- 野村雅昭(1981) 「週刊誌のカタカナ表記語」 『馬淵和夫博士退官記念国語学論文集』 pp.874-889
- 萩原隆(2016) 『日本における保守不義はいかにして可能か-志賀重昂を例に-』 晃洋書 p.36
- 向井周太郎(2016) 『現代デザイン事典2016年版』 平凡社 p.135
- 村島定行(2009) 『漢字かな混じり文の精神』 風詠社 p.23
- 屋名池誠(2007) 「縦書き横書き その歴史と役割」 『土木学会誌』92(5) pp.24-25
- 和田章男ほか(2006) 「多様なデザイン機能を備えた感性を反映する日本語フォント自動作成システム」 『デザイン学研究』 52(6) pp.9-16

논문 투고 일자 : 2017. 10. 09.

논문 심사 일자 : 2017. 10. 26.

게재 확정 일자 : 2017. 10. 27.

<要旨>

選挙ポスターの表記に関する研究

—第45回衆議院総選挙のポスターに見られる位相的表記戦略—

尹祥漢

本研究では、文字の種類やフォント、色、装飾などの文字の属性を一定の位相を持つものとして捉え、そのような文字を位相文字と定義した上で、日本の選挙ポスターに使用されている文字表現について分析する。具体的には (1) 選挙ポスターの候補者名の表記に使用された文字の属性を書体、表記の方向、文字種に分類し、 (2) これらの人名表記が政治家の所属、年齢、性別、出馬地域などの属性とどのように関わっているのについて分析し、 (3) 日本語の文字表現が持っている位相と政治家の属性との関連性について考察した。

その結果、候補者の文字表記においてはフォント、表記の方向、文字種という文字の言語的な側面が密接に関係合っていることが分かった。候補者はフォントが持っている太さ、装飾性、歴史性、そして表記の方向が持っている可読性と伝統、文字種が持っている明瞭さ、表音声、正統性という要素を自分の政治家としての特性と結びつけ、自らの位相を強調・強化するための手段として使用していると考えられる。

A Study of Campaign Poster Transcriptions:
The 45th House of Representatives Election as a Case Study

Yoon, Sang-han

This study explores the relationship between “characters as personality” with “characters as font,” the specific attributes of the style of font, the color, character decorations, etc. Through analyzing Japanese election posters, the researcher was able to connect the above-mentioned attributes with candidates.

As a result of the analysis, it can be said that the character representation of candidates is directly related to the character language aspect such as the font, the writing direction, etc. More specifically, the position of the candidates is strengthened by creating associations with the elements of readability and tradition; clarity; and legitimacy. Furthermore, the attributes of the candidates are strengthened through readability, tradition, and the lettering of election posters. The results of this study demonstrate that these three elements of character representation do not work independently but reflect the political, biological, and regional attributes of candidates and electoral districts.