

선거패러디 포스터에 나타난 자아방어기제 분석

An Analysis of Self-Defense Mechanisms Shown in Parodied Election Campaign Posters

주저자

유인하 (Yoo, In-ha), ihyoo@halla.ac.kr

한라대학교 광고영상미디어학과 교수

Professor, Halla University

투고일	2020.08.27	심사일	2020.10.22	게재확정일	2020.10.26
-----	------------	-----	------------	-------	------------

선거패러디 포스터에 나타난 자아방어기제 분석

An Analysis of Self-Defense Mechanisms Shown in Parodied Election Campaign Posters

목 차

1. 서론
 - 1-1. 연구목적 및 배경
 - 1-2. 연구방법 및 범위
 2. 이론적 고찰
 - 2-1. 패러디의 의미
 - 2-2. 자아방어기제
 3. 사례분석
 - 4-1. 국회의원 후보, 민현주
 - 4-2. 국회의원 예비후보, 김광진
 - 4-3. 국회의원 후보, 권은희
 - 4-2. 서울시장 후보, 정몽준 / 박원순
 4. 결론
- 참고문헌

Abstract

The study wanted to find out about the types of self-defense mechanisms that manifest in election candidates' posters that parody hit films and TV dramas. As for the analysis method, semiotics were analyzed centering on the formative defense mechanism and the content defense mechanism. According to the analysis, the self-defense mechanism shown by candidate Min Hyun-joo was manifest in his 'identification' with the environment in which a main character of a movie, who had a strong will to create an international city in Songdo; and in his 'rationalization' to give a soft image; and in his 'suppression' of the inner side of the essence. Second, Kim Kwang-jin, a potential candidate, showed his self-defense mechanism in 'identifying' himself with a main character who

showed determination to take on a tough and difficult Himalayan climb; and in 'rationalizing' and 'suppressing' his inner motives and thoughts. Third, candidate Kwon Eun-hee identified herself with a character from "Descendants of the Sun," and made her strong image as a soldier subject to 'rationalization', 'projection', and 'suppression'.

Lastly, Seoul mayoral candidates Chung Mong-joon and Park Won-soon parodied the same movie for their posters. Chung showed 'suppression' in hiding his expression that fits the comic story of the movie to look serious about his pledges; and in 'identifying' with the main character and 'rationalizing' through keeping a stern face. Also, to show off his fighting spirit to his opponent, Chung relied on 'projection'. Candidate Park also identified with the main character of the movie, and through his leisurely and relaxed look, demonstrated 'rationalization', 'humor' and 'suppression' in hiding his feelings.

This study came to the conclusion that by examining the self-defense mechanisms manifest in parodied election posters, they can be made to be more detailed and effective in communicating candidate's political views, ideas, campaign pledges, so on, to the voters. It is also hoped that this occasion will serve as an opportunity for this research to be utilized as a strategy in creating election campaign materials.

keyword

Election poster, parody, self-defense mechanism, analysis

논문요약

본 연구는 흥행한 영화 및 드라마 등을 패러디한 선거포스터를 통해 표현된 후보자의 자아방어기제가 어떠한 유형으로 나타나고 있는지를 알아보고자했다. 분석방법으로는 형태적 방어기제와 내용적 방어기제를 중심으로 기호학적 분석했다. 분석결과, 첫째, 민현주 후보에 나타난 자기방어기제는 굳센 의지를 가지고 송도 국제도시를 만들겠다는 영화 주인공이 살아온 환경과 '동일시'했으며, 부드러운 이미지를 주고자하는 '합리화'를 보이고, 본질의 내면적인 것을 보이지 않는 '억압'을 보였다. 둘째, 김광진 예비후보는 히말라야 등정과 같이 험하고 어려운 환경에도 굳건하게 가겠다는 의지를 담고자 영화 주인공과 '동일시'했으며, 내면적 동기와 생각을 드러내지 않는 '합리화'와 '억압'을 보이고 있다. 셋째, 권은희 후보는 드라마 '태양의 후예' 등장인물과 '동일시'했으며, 군인의 강한 이미지를 '합리화' 및 '투사', '억압'을 보이고 있다. 마지막으로 서울시장 후보인 정몽준 후보와 박원순 후보는 같은 영화포스터를 패러디하였다. 정몽준 후보는 영화의 코믹적인 스토리에 맞는 표정을 숨기고 책임공약을 실천하고자 하는 '억압'이 보이고, 주인공과 '동일시'하고 있으며, 굳은 의지의 표정을 통해 '합리화'를 보이고 있다. 또한 상대 후보에 대한 강한 의지를 보이거나 '투사'를 보이고 있다. 박원순 후보도 영화의 주인공과 '동일시'했으며, 여유와 편안한 표정을 통해 '합리화' 및 '유머'와 그 속에서 자신의 감정을 숨기는 '억압'을 보이고 있다.

본 연구에서는 선거패러디 포스터에서 보이고 있는 후보자의 자아방어기제 유형을 살펴봄으로서, 향후 후보자의 전달하고자하는 신념과 의지를 유권자에게 친근하게 다가갈 수 있도록 포스터에 미묘한 감정적 심리를 잘 담아낼 수 있도록 제작해야 할 것이다. 또한 이 연구가 크리에이티브 전략적 방안으로서 활용할 수 있는 계기가 되기를 기대한다.

주제어

선거포스터, 패러디, 자아방어기제, 분석

1. 서론

1-1. 연구목적 및 배경

미국의 정치학자 라스웰(Lasswell)은 정치목표를 합리화하는 수단으로 커뮤니케이션의 중요성을 강조하고 있다. 그 말에 의하면 ‘선거에 의한 정치’, ‘여론에 의한 정치’ 또는 다른 어떤 명칭으로 불리든 간에 현대의 정치는 커뮤니케이션과 불가분의 관계에 있다고 할 수 있다.¹⁾ 또한 마케팅 이론가인 필립 코틀러(Philip Kotler)는 ‘정치 후보도 하나의 상품’이라고 규정하면서 ‘선거에 입후보한 정치인들을 메시지로 잘 포장하고 채색하여, 유권자들로 하여금 지지하고자 하는 것’으로 설명하고 있다.²⁾ 따라서 선거포스터는 정치인이 국민들에게 다가갈 수 있는 최소한의 도구이자 수단이라고 볼 수 있다. 선거포스터는 선거 과정에서 벽에 부착되는 광고이며, 즉 벽보를 지칭하는 것으로 게시와 함께 즉각적으로 유권자에게 강렬한 인상이 요구된다.³⁾ 즉, 불특정 다수의 유권자를 대상으로 후보자를 유리하게 인지시키기 위하여 사용되는 매체로 투표행위를 통하여 당선 목적을 달성할 수 있게끔 제작하여야 하는데⁴⁾ 이에 제작자들은 좀 더 유권자에게 친근하게 다가갈 수 있는 방법으로 패러디를 활용하는 것이다. 패러디는 이미 대중에게 알려진 원작 일부를 차용하는 것만으로 원하는 의미를 표현할 수 있어 경제적이며, 원작의 내용을 환기시킴으로써 더욱 극적이고 코믹하게 표현하여 대중에게 쉽게 다가갈 수 있는 것이 장점이다.

장 보드리야르는 현대사회를 소비사회라고 규정하고⁵⁾ 이러한 관점에서 오늘날 선거포스터들을 보면 후보자가 효과적으로 유권자에게 자기의 정치적인 생각을 빠르고 친근하게 기억에 남을 수 있는 방법의 하나로 흥행에 성공한 영화포스터나 드라마포스터 등을 패러디하는 경우를 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 영화포스터나 드라마포스터를 패러디 한 선거포스터를 대상으로, 프로이드의 방어기제이론을 근거로 해서 포스터에 등장하고 있는 후보자의 정치적인 내면을 분석하여 자아방어기제 유형을 살펴보고자 한다.

1-2. 연구방법 및 범위

인간의 심리를 연구한 프로이드(Freud)는 마음속에

무의식적면과 의식적면이 존재하고 있으며, 의식적인 세계보다는 무의식적인 세계를 연구 대상으로 삼아 인간의 심리 상태를 연구했다. 그에 따르면 의식적인 세계는 인간의 정신적 세계에 서 빙산의 일각에 불과하며, 정신적 세계의 대부분은 수면 아래 잠겨 있다. 그의 이론 중에서 대중의 무의식적인 세계를 파악하는데 큰 도움을 주는 것 중 하나가 바로 방어기제라 보았다. 방어기제의 실행을 통해 인간의 내면적 세계가 만들어지고, 대중의 심리상태를 파악하는데 중요한 비중을 차지하고 있다. 특히 사회적, 도덕적으로 용납되지 못하는 공격적 욕구, 미움, 성적 충동, 원한 등은 불안을 일으키는 요소로 보고 있다. 이 때 대중은 불안을 해결하여 마음의 평정을 찾도록 노력하는 것이 방어기제이다. 대중들의 태도변화에 있어서도 상당히 영향을 주고 있는데, 이는 어떤 방어기제를 선택하느냐에 따라 유권자들은 후보자의 인식이 달라질 수 있다.⁶⁾

따라서 본 연구는 프로이드가 창출한 인간의 무의식적 내면적 세계를 함축적으로 말하고 있는 자아방어기제이론을 근거로 해서, 선거패러디포스터에서 후보자의 표정 및 표현들을 의미적으로 분석하여 후보자에게 보이고 있는 자아방어기제 유형을 살펴본다. 분석대상은 선거포스터 중에서 흥행에 성공한 영화 및 드라마포스터를 패러디 하여 만들어진 선거포스터를 중심으로 연구에 맞는 8종의 포스터를 무작위추출방법으로 선정하여, 2명의 전문가 리뷰를 통해, 최종 4종의 선거포스터를 선정했다. 선정 이유는 첫째, 흥행에 성공한 영화 및 드라마포스터중심으로 선정했다. 이유는 대중들에게 익히 알려져 있고 친근감을 줄 수 있다고 판단하였다. 둘째, 패러디는 후보자가 가지고 있는 이미지를 유권자에게 쉽고 유머적으로 긍정적인 이미지를 줄 수 있다고 판단했고, 후보자의 심리적 의미를 찾아보는 것도 충분히 연구의 가치가 있다고 판단해서 선정하게 되었다. 따라서 연구문제를 살펴보기 위해 포스터에 나타나고 있는 후보자의 표정, 배경, 내용 등을 의미적으로 분석하기 위해 유인하⁷⁾의 분석틀인 형태적 방어기제와 내용적 방어기제를 중심으로 기호학적 분석하였다.

2. 이론적 고찰

2-1. 패러디의 의의

패러디(parody)의 어원을 살펴보면, 희랍어인 'paradia'에서 para는 <반하여>의 뜻을 가진 것으로 해석됨으로써 패러디를 텍스트간의 대비나 대조로 정의하게 하는 근거가 된다.⁸⁾ 패러디는 포스트모더니즘의 합목적이고, 형식적이며 이성적이고 총체적 동질성을 추구하는 모더니즘적 사고를 부정하는 새로운 가치체계의 한 형태를 의미한다. 또한 통념상의 전통적인 것과는 다른 파격과 혁신의 수반을 말하는 것으로 표현기법을 재현, 차용과 모방, 풍자, 드라마타입의 상호텍스트성 등을 포함하는 것을 말한다.⁹⁾ 패러디 용어는 많은 혼돈과 모호함, 모순이라는 단어가 결합되어 있기 때문에 패러디와 그 유사형식들과의 변별력은 텍스트에 대한 정밀검증과 제반사항을 고려하여 신중하게 판단해야 한다.

패러디는 널리 알려진 원작의 포인트만을 꼬집어 흉내를 내거나 과장하여 대중들의 웃음을 자아내는 것으로서, 광고뿐만 아니라 전반적인 대중문화 표현기법에서 큰 흐름을 이루고 있다. 연극, 영화, 문학, 회화 등 다양한 분야에서 확산 발전 되어져 왔다. 심지어 선거 포스터에도 후보자들이 다양한 소재끼리를 활용하여 패러디를 통해 유권자들에게 알리고 있다. 그러나 일부 광고에 이용되고 있는 패러디는 통속적인 대중현상과 산업생산의 다양화에 의해 유래되어 어떤 특별한 지식이나 배경, 또는 활동을 요구하지 않아도 사람들의 수동적이고 단층적인 미적 감수성, 짧은 주의력, 알팍한 이해에 부합하여 즉각적인 만족을 주는 특징을 가지고 있는 것도 사실이다.¹⁰⁾ 과거에 비해 선거포스터에 패러디가 유행하는 이유는 아이디어 빈곤으로 모방, 표절, 패러디 등으로 활용하는 것이다. 이는 손쉬운 해결책으로 널리 알려진 제작물을 이용하여 표현하는 것이 더 효과가 있다고, 검증이 되었다. 다음으로 광고주 요구가 있기 때문이다.¹¹⁾ 이러한 원인이 오늘날 국내에 디자인 제작물에 영향을 미치고 있다.

2-2. 자아방어기제

인간은 본능적으로 외부로부터 어떤 위협이 주어지면 자기 스스로를 보호하려고 한다. 이것은 생각하고

행동을 하는 것이 아니라 반사적으로 나타나는 본능으로서, 이러한 심리현상을 방어기제라 한다. 방어기제는 프로이드(Freud)가 본인의 이성이나 자의적인 방법을 통해 스스로가 경험하고 있는 갈등을 통제할 수 없을 때에 방어기제가 작동한다고 한다. 즉 심리적인 상처를 회피하기 위해 상처를 받는 것을 즐거워하는 사람은 없을 것이다. 인간은 상처를 피하고 우울한 기분에서 빠지지 않기 위하여 스스로 방어를 한다.¹²⁾ 이는 이성적 혹은 직접적으로 위협이나 불안감을 소멸 시키지 못할 때 자아보호를 위해 무의식적으로 나타내는 생각과 행동을 말하는 것이다. 방어기제는 인간의 삶에 대한 순간에 있어 마음의 평정을 깨뜨리는 사건들이 일어나게 되면 불안해진다. 불안은 본능적 욕구에 대항하는 초자아의 위협이 원인된다. 이 때 자아는 마음의 평정을 회복하려고 노력을 한다. 여기서 자아가 어떤 이유로 이드와 초자아 사이에서 균형을 이루지 못할 때 불안이라는 요소가 생겨나는데, 이를 통해 자신을 보호하기 위해 자아는 다양한 방어기제를 보인다. 이 과정에서 본능적 욕구와 초자아의 욕구 사이에서 타협이 일어나고 절충형성이 이루어진다. 서로 조금씩 양보하여 나름대로의 욕구 충족을 얻고 마음의 평화를 회복하는 것이다. 이 절충형성의 결과가 행동으로 나타나는데, 인간의 생활 경험에서 직면하는 충동, 욕구, 열등감, 불안에 대응하여 심리적으로 자기를 보호하고자 하는 자아방어기제를 작동한다.

프로이드의 자아방어기제 유형은 다양하다. 본 연구에서는 연구중심으로 자아방어기제 유형을 분류하였다.

억압(repression)은 억압은 불쾌한 경험, 고통스러운 감정, 사회적으로 용납되지 못하는 욕구 등 받아들여지기 어려운, 반사회적인 충동을 무의식적으로 억누르는 불안에 대한 일차적 방어기제이며, 가장 많이 사용되는 방어기제이다. 즉 억압은 개인의 의식적인 인식으로부터 생기는 고통스럽거나 혼란스러운 생각을 제거하고 이드(id)로부터 발생하는 충동적 욕구를 바탕으로 표현하지 못하도록 한다.¹³⁾ 동일시(identification)는 부모, 윗사람 등 중요한 인물들의 태도와 행동을 자기 것으로 만들면서 닮는 것을 말한다. 동일시는 자아의 형성에 가장 큰 역할을 하며 성격발달에 가장 중요한 방어기제이다. 외부대상의 성질을 자신의 인성 안으로 끌어들이는 것을 의미한다. 즉 중요한 인물이 가

지고 있는 힘 등을 그 사람의 태도와 행동을 자기 것으로 만들면서 닮으려는 것이다. 동일시에는 자신과 비슷한 특성을 지닌 사람과 동일시하는 ‘자아도취적 동일시’가 있다 이것은 실제 광고에 많이 나타나는데 아름다운 모델을 등장시켜 소비자들로 하여금 모델의 아름다움을 자신에게 적용하도록 하는 욕망을 유도한다. ‘목표 지향적 동일시’는 성공을 바라고 있는 개인이 이미 성공을 취득한 사람을 목표로 삼아 그 목표 인물과 동일시하려고 한다. ‘대상상실의 동일시’는 집중한 대상을 갖지 못했거나 잃어버렸을 때 자신이 그 대상처럼 되기를 두려워하는 불안을 억제하려고 한다. ‘공격자와의 동일시’ 사람보다는 공포 때문에 동일시하려고 하는 것을 말한다. 실제 광고에서 ‘공격자와의 동일시’를 적용하는 예를 들면, 한국사회에 특유한 집단주의에 ‘체면’을 작용하여 체면이 손상될 수 있는 가능성을 보여주는 방식을 통해 설득적 효과를 노린다. 투사(projective)는 현실에서 자신이 받아들일 수 없는 자신의 무의식적인 욕구나 충동을 다른 대상의 것으로 간주해 버림으로써 스스로의 불안을 피하려는 방어기제이다. 즉, 마음속에 은밀히 품고 있는 바람이나 충동, 욕구를 다른 대상의 탓으로 돌리는 것을 의미한다. 이런 방법으로 자신에게 존재하지만 결코 받아들일 수 없는 바람, 충동, 생각들로부터 자신을 보호한다. 합리화(rationalization)는 자기보호와 체면유지를 위해 일상생활에서 가장 많이 쓰는 방어기제로, 사회적으로 용납하기 힘든 태도나 행동을 정당화시키기 위해 비합리적이고 비수용적인 행동에 그럴듯한 이유나 설명을 내세우는 것을 의미하는 방어기제이다. 비합리적인 것을 자신을 보호하거나 체면유지를 위해 다른 사람에게 합리적인 것으로 보이게 한다. 이는 자신의 실패나 결점을 솔직히 인정하지 않고 자신의 행동을 정당화시키려고 하는 것이다. 유머(humor)는 곤란한 상황에서 빠져 나오거나, 특정 상황에서 괴롭거나 불편한 기분을 누그러뜨리기 위해 웃음과 농담, 특히 풍자와 아이러니를 이용하는 방어기제이다. 치환(displacement)는 자신의 감정을 대상에게 표현하지 못하고 다른 대상에게 감정을 발산하는 것이다. 예를 들어 어머니를 사랑했던 사람이 어머니와 닮은 사람을 아내로 삼는 것을 말한다. 부정(Denial)은 가장 원초적인 방어기제 중 하나로서 의식화 된다면 도저히 감당할 수 없는 어떤 생각, 욕

구, 또는 현실적 사실 자체를 무의식적으로 부정하는 방어기제이다. 즉 외부의 대상이나 사람으로부터 심리적 체계에 큰 위협을 느껴졌을 때 자아가 외부의 대상이나 사람의 존재를 부인함으로써 자신을 보호하는 행위를 의미한다. 예를 들면 실제 생활에서 불치병의 진단을 받은 환자가 현실을 인정할 수 없어서 자신의 질환이 의사와 오진이라고 주장하여 실질적인 치료를 거부하는 행위를 볼 수 있다. 반동형성(reaction Formation)은 부정적 감정을 직접 표현하지 못하고 반대로 표현하는 것이다. 외적으로 나타나는 태도나 언행이 마음속의 생각이나 욕구와는 정반대인 경우의 방어기제이다. 예를 들면 싫어하는 감정을 숨기기 위해 지나치게 복종하거나 더 정중하게 하는 행동한다. 취소(undoing)는 자신의 욕구와 행동으로 인하여 타인에게 피해를 주었다고 느낄 때 그 피해적인 행동을 중지하고 원상복귀 시키려는 일종의 속죄 행위를 말한다. 보상(compensation)은 실제적인 것이든 상상의 것이든 간에 자신의 성격, 외모, 지능 등의 결함을 보완하기 위해서 취하게 되는 무의식적인 노력을 말한다. 즉, 심리적으로 어떤 약점이 있는 사람이 그 약점을 보완시키기 위해서 다른 어떤 것을 과도하게 발전시키는 정신현상을 말한다. 그 외에 억제, 퇴행, 상환, 승화, 이타주의, 공상, 분리, 회피, 함입, 대체형성, 금욕주의, 환상, 자아의 적응과정, 공상, 전치, 해리, 격리, 자기에게로의 전향 등이 있다.

3. 사례분석

심리학자 프로이트는 인간은 삶의 순간들에서 마음의 평정을 깨뜨리는 사건들이 일어나게 되면 불안해질 수가 있다. 특히, 사회적 도덕적으로 용납되지 못하는 성적 충동, 공격적 욕구, 미운 원안 등은 위험불안을 일으키는데, 불안은 본능적 욕구에 대항하는 초자아의 위협이 원인이 되기 때문에 이때 자아는 자기를 보호하기 위해 노력하는 것을 자아방어기제이다. 사람들에게는 누구나 생활하면서 무의식적으로 자아방어기제를 보이고 있고, 자신을 심리적으로 보호하기 위한 장치라고 볼 수 있다. 선거포스터의 표현에서는 심리적으로 인간의 본성을 잘 보여줄 수 있기 때문에 선거에 출마하는 후보자들은 선거포스터에 자신의 이미지를 긍정

적으로 담고자한다. 이에 선거포스터를 제작하는 기획자들은 좀 유권자에게 빠르고 친근하게 다가가기위해 흥행에 성공한 영화나 드라마포스터 등을 패러디해서 제작하게 된다.

본 연구에서는 선거패러디 포스터 4종을 선별하여, 프로이트의 자아방어기제이론을 근거로 포스터에 등장하는 후보자를 기호학적 분석을 통해 자아방어기제 유형을 살펴보았다.

3-1. 국회의원 후보, 민현주



인천 송도에 출사표를 던진 민현주 후보는 영화 '국제시장' 포스터의 주인공(황정민) 얼굴에 자신의 얼굴을 합성하였다. 영화제목에서 '국제시장'을 '송도 국제도시'로 바꿔 송도를 국제도시로 만들겠다는 의지를 보이고 있다. 이는 영화스토리에서 1950년대 한국전쟁에서 현재에 이르기까지 격변의 시대를 관통하여 군세계 살아온 주인공(황정민)과 같이 굳건하게 변화와 개혁을 통해 송도 국제도시를 만들겠다는 의지를 보여주고 있다.

<표 1> 민현주 후보, 자아방어기제 심리상태 변화

자아방어기제	심리상태	
동일시, 합리화, 억압	희망	매력적인 송도 국제도시-매력도시, 자기희생(영화포스터 배경) 정면시선, 밝은 미소, 국제시장배경, 평상복
	자아	여성이미지와 부담감-정면시선(자신감) 미소(친숙함, 부드러운), 영화-국제시장, 주인공 합성
	자아 실현	변혁과 개혁-국제시장(영화배경)

민현주 후보 포스터에서 보여주고 있는 자기방어기제는 '동일시'이다. 자기방어기제의 '동일시'를 보면 자기가 좋아하거나 존경하는 다른 사람의 업적과 자신을 동일한 위치에 놓음으로써 같은 것으로 인식하고 억압된 욕구를 충족시켜 자아를 보호하려는 것을 의미한다.¹⁴⁾ 영화 '국제시장'에서 가족을 위해 자기를 희생하는 주인공(황정민)과 같은 굳센 의지를 가지고 송도 국제도시를 만들겠다는 의지를 '동일시'하였다. 그리고 후보자는 의상에서 베이지색 평상복 옷을 입고 정면을 주시하며 웃음을 머금고 있는데, 이 모습을 통해 후보자의 친숙하고 건강함을 보여주고 여성으로서 부드러운 이미지로 '합리화' 시키려는 의도로 보이고 있다. 또한 후보자가 정면으로 시선을 두고 있는 것은 유권자들에게 소신과 당당함을 보여주고 정치적 불안을 해소하고자 함이며, 인물의 시선이 약간 옆을 향하는 것은 보는 사람에게는 편안함을 주고자 하는 '합리화'를 보여주고 있다. (내면 안에 어려운 난관을 공약을 통해 정당화하려는 것이 보인다.) 또한 후보자가 변혁과 개혁을 실현시키기 위해 의식에서 받아들이기 힘든 생각이나 감정 등을 무의식적으로 나타낼 수 없는 후보자(본질)의 내면적인 것을 보이지 않는 '억압'의 방어기제라 볼 수 있다.

3-2. 국회의원 예비후보, 김광진



전남 순천·곡성에 출사표를 던진 김광진 예비후보는 영화 '히말라야' 포스터의 주인공(황정민) 얼굴에 자신의 얼굴을 합성하였다. 영화제목에서 '히말라야'를 '피말라야'로 패러디하여 히말라야 영화스토리와 같이 피 말리는 선거에서 험난하고 어려운 환경이지만 꼭 승리하겠다는 의지를 담고 있다.

<표 2> 김광진 예비후보, 자아방어기제 심리상태 변화

자아방어기제	심리상태	
동일시, 합리화, 억압	욕구	경선에 대한지지 호소(밝은 표정, 승리에 대한 의지), 등산복
	불안	당원선택-힘난한 여정, 영화-히말라야, 주인공합성
	자아 실현	경선승리-피말라야(영화배경)

김광진 예비후보는 포스터에 보여주고 있는 자아방어기제는 ‘동일시’이다. 영화 ‘히말라야’ 에서 주인공(황정민=엄홍길)의 히말라야 등정과 같이 험하고 어려운 환경에도 굳건하게 가겠다는 의지를 패러디하여 자신의 의지를 보여주고 있는 ‘동일시’이다. 선거포스터에 후보자의 모습을 통해 유권자가 자신들의 무의식 속에 잠재해 있는 본능을 자극시켜 대리 만족하거나 자신의 생각과 ‘동일시’하는 환상을 심어 준다. 또한 후보자는 주인공과 같은 내면적 동기와 같은 ‘합리화’를 보이고 있다. ‘합리화’는 인식하지 못한 동기에서 나온 행동에 그럴 듯한 이유를 붙이는 방어기제다. 그리고 내면의 불안함을 누그러뜨리기 위해 미소를 지어 불안함을 감추고자 하는 ‘유머’를 보여주고 있다. 후보자의 시선에서 약간 위쪽으로 치켜든 모습에서 험난한 역경을 자신 있게 헤쳐나가겠다는 의지를 담고 있는 ‘합리화’를 보이고 있다.¹⁵⁾ 짙은 회색의 등산복색의 차림은 앞으로의 정치적 부담감과 어려운 역경을 담고 있는 ‘억압’이 깔려있다고 볼 수 있다. 그리고 후보자 자신(본질)의 생각이나 감정 등을 무의식적으로 나타낼 수 없는 내면이 갖고 있는 생각을 드러내지 않는 것으로서 ‘억압’의 방어기제라 볼 수 있다.

3-3. 국회의원 후보, 권은희



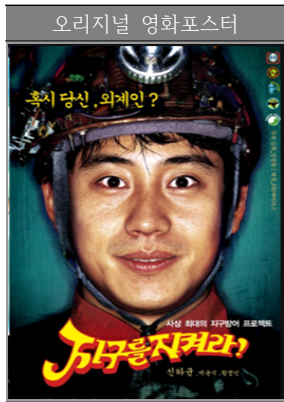
전남 순천·곡성에 출사표를 던진 권은희 후보는 드라마 ‘태양의 후예’ 포스터의 등장인물(진구) 얼굴에 자신의 얼굴을 합성하였다. 드라마의 제목 대신 ‘박근혜 잡을 저격수 권은희지 말입니다.’로 하였다. 이는 후보자가 드라마포스터의 등장인물(진구) 대신 후보자 자신의 얼굴을 합성하여 자신이 나아갈 방향을 포스터에 담고 있다.

<표 3> 권은희 후보, 자아방어기제 심리상태 변화

자아방어기제	심리상태	
동일시, 합리화, 투사, 억압	욕구	저격수-대상을 향한 굳은 의지, 군복
	불안	군미필(표정분산)-직설적 표현, 드라마-태양의 후예, 등장인물합성
	자아 실현	의지-박근혜 잡을 저격수 권은희지 말입니다.(드라마배경)

권은희 후보는 포스터에 보여주고 있는 자아방어기제는 ‘동일시’이다. 드라마 ‘태양의 후예’ 포스터에서 등장인물(진구)이 보여주고 있는 군인으로서의 임무를 완수하겠다는 의지와 같이 후보자 자신이 공약에 관련된 임무를 완수하겠다는 의지를 담은 ‘동일시’이다. ‘동일시’는 자기가 좋아하거나 존경하는 다른 사람의 업적과 자신을 동일한 위치에 놓음으로써 같은 것으로 인식하고 억압된 욕구를 충족시켜 자아를 보호하려는 것을 의미한다.¹⁶⁾ 의상에서 해외파병의 군인복장으로 총을 주시하며, 굳은 의지를 보여주고 있는 후보자는 강인함과 여성으로서 부드러운 이미지로 ‘합리화’ 시키려는 의도를 보여주고 있다. 또한 자신의 약한 지지에 대한 다른 대상을 표적으로 겨냥하는 ‘투사’를 보이고 있다. 투사는 현실에서 자신이 받아들일 수 없는 자신의 무의식적인 욕구나 충동을 다른 대상의 것으로 간주해 버림으로써 스스로 불안을 피하려는 방어기제이다. 그리고 후보자 자신(본질)의 생각이나 감정 등을 무의식적으로 내면이 갖고 있는 생각을 드러내지 않는 것으로서 ‘억압’의 방어기제라 볼 수 있다.

3-4. 서울시장 후보, 정몽준 / 박원순



정몽준 후보는 선거포스터에 보여주고 있는 자아방어기제는 ‘동일시’이다. 영화 ‘지구를 지켜라’의 주인공(신하균)과 ‘동일시’를 보이고 있다. 이는 영화의 스토리에서 외계인의 침공으로 인해 지구가 위협에 처할 거라고 믿고 위협에 구하고자하는 영화의 주인공과 정몽준 후보가 주인공 이미지를 패러디하여 암시적으로 ‘동일시’하는 자아방어기제를 보이고 있다. 여기서 영화의 코믹적인 스토리에 맞게 주인공 표정과 다르게 후보자의 굳은 표정은 책임공약을 실천하고자하는 후보자 자신(본질)의 의지를 생각이나 감정 등을 무의식적으로 내면이 갖고 있는 생각을 드러내지 않는 것은 ‘억압’의 자아방어기제라 볼 수 있다. 또한 후보자의 정면응시는 유권자에게 부담이 있을 수 있으나, 책임을 다하겠다는 당당한 의지를 보이는 ‘합리화’가 보인다. 그리고 영화제목 ‘지구를 지켜라’를 ‘신용을 지켜라’라고 바꾸고, 슬로건을 ‘혹시 당신 신용점수는?’라고 하여 상대후보의 빚대어하는 것으로서 ‘투사’의 방어기제라 볼 수 있다. ‘투사’는 받아들일 수 없는 자신이 욕구나 충동을 다른 대상으로 간주해서 불안을 피하려는 자아방어기제라 볼 수 있다.

6-4 지방선거에서 서울시장 후보로 나선 정몽준 후보와 박원순 후보 간의 현장유세 경쟁이 치열한 가운데, 두 후보는 영화 ‘지구를 지켜라’포스터의 등장인물(신하균) 얼굴에 자신의 얼굴을 합성하였다. 온라인 상에서 각각 같은 시기에 패러디하여 유권자들에게 보였다. 선거포스터에서 정몽준 후보는 친근한 모습으로 비교적 지지층이 약한 20~30세대를 공략하기 위해 ‘산토끼’ 전략으로 약속한 정책공약을 지키겠다는 메시지를 담았고, 박원순 후보는 지지기반이 탄탄한 20~30세대를 결집하는 ‘집토끼’ 전략으로 살림살이를 펼쳐가겠다는 메시지를 담고 있다.

<표 3> 박원순 후보, 자아방어기제 심리상태 변화

자아방어기제	심리상태	
	동일시, 합리화, 투사, 억압	욕구
	편안함	코믹영화패러디-20~30대 지지층 결집(자신감), 영화-지구를 지켜라, 주인공합성
	자아 실현	서울프로젝트-서울을 지켜라(영화 배경)

박원순 후보 역시 선거포스터에 보여주고 있는 것은 ‘동일시’의 방어기제이다. 영화 ‘지구를 지켜라’의 주인공(신하균)과 ‘동일시’를 보이고 있다. 이는 영화의 스토리에서 외계인의 침공으로 인해 지구가 위협에 처할 거라고 믿고 위협에 구하고자하는 주인공과 같이 서울을 지키겠다는 ‘동일시’를 상대후보와 같이 보이고 있다. 여기서 후보자의 밝은 표정은 영화의 코믹적인 스토리에 맞는 표정 속에 정면을 응시하는 모습에서 영화의 주인공과 동일시를 보이고 있다. 또한 후보자의 웃는 표정과 정면응시는 유권자에게 여유와

<표 3> 정몽준 후보, 자아방어기제 심리상태 변화

자아방어기제	심리상태	
	동일시, 합리화, 투사, 억압	욕구
	의지	코믹영화패러디-20~30대 지지층 결집(필요), 영화-지구를 지켜라, 주인공합성
	자아 실현	신용프로젝트(책임공약)-신용을 지켜라(영화배경)

친근함을 주고자 하는 ‘합리화’의 방어기제이다. 영화제목 ‘지구를 지켜라’를 ‘서울을 지켜라’라고 바꾸고, 슬로건을 ‘혹시 당신은 외계인?’이라는 슬로건과 웃는 표정에서 상황에서 불편한 기분을 재치 있게 표현한 ‘유머’의 방어기제이다. 또한 후보자 자신의 생각이나 감정 등을 무의식적으로 숨겨, 내면이 갖고 있는 생각을 드러내지 않는 ‘억압’이라고 볼 수 있다. 이는 후보자 자신의 생각이나 감정 등을 무의식적으로 내면이 갖고 있는 생각을 드러내지 않는 ‘억압’의 방어기제라 볼 수 있다.

5. 결론

선거포스터는 고정되어 있는 인쇄물이다. 즉, 후보의 얼굴, 기호와 이름으로 구성된 텍스트에서 크게 벗어나지 않는다. 선거법에서는 벽보에 붙일 수 있는 사진에 후보자 외의 다른 인물사진은 들어 갈 수 없다. 이는 후보들의 얼굴을 알리는 이외에 다른 부가적 효과를 최대한 배제하려는 노력 때문이기도 하다. 하지만 이러한 제약 조건 내에서도 각 후보들은 유권자들에게 자신의 이미지를 최대한 긍정적으로 합리화 시키려고, 자신의 얼굴, 의상, 슬로건 등을 자신의 이미지를 권위적인 것보다는 친근하게 다가갈 수 있는 방법으로 영화나 드라마포스터 등을 패러디하는 선거포스터가 심심치 않게 등장하고 있다. 이는 선거패러디 포스터가 단지 사회에서 금기시되는 이슈들을 유머적으로 패러디하여 서로 간의 거리를 좁히고 많은 사람들이 정치인들만의 전유물이라는 정치로 하여금 정치를 재해석할 수 있게끔 한 성과라 할 수 있다.¹⁷⁾

본 연구에서는 메시지 전달 방법의 하나인 선거패러디 포스터 사례를 가지고 후보자의 자아방어기제 유형이 어떻게 보여주고 있는지를 살펴보았다. 연구결과를 종합해보면 다음과 같다. 첫째, 민현주 후보는 자기 방어기제가 보이는 것은 굳센 의지를 가지고 송도 국제도시를 만들겠다는 영화 주인공과 ‘동일시’를 보이고, 부드러운 이미지를 주고자하는 ‘합리화’, 본질의 내면적인 것을 보이지 않는 ‘억압’을 보였다. 둘째, 김광진 예비후보는 히말라야 등정과 같이 험하고 어려운 환경에도 굳건하게 가겠다는 의

지를 담고자 영화 주인공과 ‘동일시’했으며, 내면적 동기와 생각을 드러내지 않는 ‘합리화’와 ‘억압’을 보였다. 셋째, 권은희 후보는 드라마 ‘태양의 후예’의 등장인물과 ‘동일시’를 보이고, 군인의 역할을 ‘합리화’를 보이고 있으며, ‘투사’와 ‘억압’을 보였다. 마지막으로 서울시장 후보인 정몽준 후보와 박원순 후보는 같은 영화 ‘지구를 지켜라’포스터를 패러디하였다. 정몽준 후보는 영화의 코믹적인 스토리에 맞는 표정을 숨기고, 책임공약을 실천하고자하는 ‘억압’의 방어기제를 보이고, 주인공과 ‘동일시’를 보였다. 당당한 의지를 보이하고자 ‘합리화’를 보였으며, 상대후보에 대한 강한 의지를 보이는 ‘투사’를 보였다. 박원순 후보도 주인공과 동일시를 보였으며, 여유와 편안함을 보여주고자 ‘합리화’의 방어기제를 보였다. 또한 영화의 주인공과 같은 익살스런 표현은 ‘유머’ 방어기제를 보이고 있고, 포스터에 후보자 자신의 생각이나 감정 등을 내면이 갖고 있는 생각을 드러내지 않는 ‘억압’의 방어기제가 있다고 볼 수 있다.

본 연구는 선거패러디 포스터에 나타난 자아방어기제 분석을 통해 후보자들에게 관찰되는 여러 자아방어기제 유형을 이해할 수 있었으며, 이러한 시도는 인물 분석에서 다양성을 넓혀 포스터의 의미를 다각도로 해석할 수 있는 기틀을 마련했다고 볼 수 있다. 즉 선거포스터를 제작하는데 있어서 인물과 주변단서를 분석연구를 통해 방법을 제시하였는데 의의를 가질 수 있다. 반면에 기호학적인 분석에 의존하다 보니 객관성이 다소 부족하다고 볼 수 있다. 이후 연구에서는 자아방어기제 연구가 지속적으로 다양하게 이루어지고, 선거포스터 제작하는데 있어서 크리에이티브 전략 방안으로서 활용될 수 있기를 기대한다.

- 1) 류태수, 「선거홍보포스터의 표현에 관한 연구: 1963년에서 1992년까지 중앙선거관리위원회에서 제작된 포스터를 중심으로」, 경남대 석사학위논문, 1994.
- 2) 이영은, 「네거티브정치광고의 표현전략에 관한 연구」, 정보디자인학연구2(2), 1999, pp.31-41.
- 3) H. S. Cho, 「Study of Political Advertising Design」, Sookmyung Women's University,

Master's Thesis, 1995.

- 4) Y. W. Jung, 「Study of Impacts of Visual Components of Election Posters on Preference」, Hongik University Master's Thesis, 2009.
- 5) 조운한, 「패러디광고의 의미에 관한 기호학적 연구: 대우캐피탈 '내개론' TV광고를 중심으로」, 일러스트레이션 포럼 Vol.18, 2009, pp.57-68.
- 6) 임재문, 「자아방어기제를 이용한 광고제작에 관한 연구」, AURA 17권, 한국사진학회, 2007, pp.26-33.
- 7) 유인하, 「선거포스터에 나타난 시각적 크리에이티브 표현의 자아방어기제에 의한 분석: 18대 대통령후보 선거포스터를 중심으로」, 2014, pp.80-108.
- 8) 김덕자, 「광고크리에이티브를 확장하는 패러디」, 광고학연구(5), 1994, pp.13-33.
- 9) 김규철, 조경섭, 「인쇄매체광고의 패러디효과에 관한 연구」, 디자인학연구 제50호 Vol. 15 No.4, 2002, pp.232~242.
- 10) 나상수, 「패러디광고가 소비자 구매의사결정에 미치는 영향 유형에 관한 연구: Q방법론 적용을 중심으로」, 한국심리학회지 10(2), 2009, pp.229-249.
- 11) 송지성, 박소영, 「정치패러디포스터에 나타난 시각적 유머에 관한 연구」, 한국디자인문화학회지 10(3), 2004, pp.89-99.
- 12) 손광훈, 「자아방어기제의 특성과 가족의 응집성 및 적응성에 관한 연구」, 사회과학연구, 2003, pp.147-174.
- 13) 김정탁, 염성원, 『광고크리에이티브론』, 서울: 미진사, 2004.
- 14) 심승주, 「황순원 장편소설 인물의 방어기제 연구」, 건국대 석사학위, 2013.
- 15) 아사노 히찌로우, 박승명 역, 『5분이면 아는 사람 판단법』 서울: 범어사, 1985.
- 16) 심승주, 상계서, 2013.
- 17) 송지성, 박소영, 「정치패러디포스터에 나타난 시각적 유머에 관한 연구」, 한국디자인문화학회지 10(3), 2004, pp.89-99.

참 고 문 헌

- 김정탁, 염성원, 『광고크리에이티브론』, 서울: 미진사, 2004.
- 최재익, 『당선으로 가는길』, 서울: 한누리미디어, 1998.
- 나상수, 「패러디광고가 소비자 구매의사결정에 미치는 영향 유형에 관한 연구: Q방법론 적용을 중심으로」, 한국심리학회지 제10권2호, 2009.
- 이영화, 「제19대 대통령 선거포스터에 나타난 시각표현 요소 연구」, 한국융합학회논문지 8(6), 2017.
- Philip Kottler, 『Marketingfor Non-profit Organization』, 2nded., New York: Prentice Hall, 1982.
- B. K. Ahn, 「Study of Effective Portrait Expression Method in Election Posters」, Sangmyung University, Master's Thesis, 2003.
- D. Y. Bae, 「Study of Visual Expression Elements of Domestic and International Election Poster Designs by Semiotic Analysis」, Hanyong University, Master's Thesis, 2009.
- H. M. Park, 「Study of Publication of Bulletins for Election Designs in Political Advertising」, Keimyung University, Master's Thesis, 1997.
- S. J. Lee, 「Study of Designs of Political Advertisements and Promotional Materials in the 16th Presidential Election」, Sungkyunkwan University, Master's Thesis, 2004.