

한국 정당 심벌마크의 연대기

빈약한 의미화 과정 속의 진화

The chronology of Korean political party symbol marks
evolution within the sparse signification

주 저 자 : 이은정 (Lee, Eunjung) 서울대학교 인문학연구원 책임연구원

교 신 저 자 : 홍재우 (Hong, Jae Woo) 인제대학교 공공인재학부 교수
blueiris72@naver.com

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2024.4.932>

접수일 2024. 11. 19. / 심사완료일 2024. 12. 04. / 게재확정일 2024. 12. 09. / 게재일 2024. 12. 30.
이 논문은 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구이며 (NRF-2020S1A5B5A16084147),
2024 한국디자인학회 봄 국제학술대회의 발표논문을 수정·보완한 것임.

Abstract

This study examines the spatial and historical contexts of political visual symbols, focusing on how party logos acquire meaning through chance and design. A literature review was conducted alongside in-depth interviews with PR officers of domestic political parties. In the West, as ideological divides between parties became entrenched, objects, plants, and animals evolved as visual symbols of political parties, each securing unique narratives and universal appeal that gained public acceptance. In Korea, however, frequent, election-driven changes in party logos, stemming from unstable party politics since democratization, have hindered public acceptance. The evolution has occurred within a context of sparse signification, reflecting a crisis in representative democracy. Beyond mere design elements, party symbol marks should strengthen party identity and public engagement, contributing to democratic development. This study provides a basis for future researches on the design, strategy, and impact of political symbols.

Keyword

Party symbol marks(정당 심벌마크), Political symbols(정치적 상징), Convergence research(융합연구)

요약

이 연구는 정치적 의미를 함축한 시각 상징, 즉 정당 심벌마크의 공간적·역사적 맥락을 추적하고, 기표로서의 시각 상징에 우연과 기획에 의해 기의가 부여되는 양상을 분석한다. 관련 자료를 광범하게 수집하여 문헌분석을 수행했고, 국내 정당의 홍보 담당자를 대상으로 심층인터뷰를 수행했다. 서구에서는 이념에 의한 정당 균열의 고착화 속에서 사물, 식물, 동물 등이 정당의 시각 상징으로서 각기 고유한 서사와 보편성을 확보하며 대중에게 수용되었다. 반면, 한국에서는 민주화 이후 정당정치의 불안정성 속에서 정당의 심벌마크가 특히 선거 전후의 정치적 유희리에 따라 수시로 변화됨으로써 대중에게 폭넓게 수용되지 못했다. 정당 중심 대의제 정치의 위기가 반영되면서 빈약한 의미화 과정 속의 진화가 진행된 것이다. 그러나 정당의 심벌마크는 디자인 요소로서만이 아닌 정치 전략의 요소로서 정당의 정체성을 강화하고 대중과의 소통을 원활하게 하여 민주정치의 발전에 기여할 때 존재 가치를 획득한다. 이 연구는 향후 정치적 상징의 디자인 방향과 전략, 대중적 효과 등에 관한 연구의 기초 자료로 활용될 수 있을 것이다.

목차

1. 서론

2. 정치적 상징의 의미와 역할

- 2-1. 상징과 정치
- 2-2. 선행연구 검토

3. 정치적 상징의 연대기: 기원과 변화의 해석

- 3-1. 이념 정당의 심벌마크

- 3-2. 미국 양당의 심벌마크

- 3-3. 제3의 정당 또는 정치운동의 심벌마크

4. 한국 정당 심벌마크의 역사와 진화

- 4-1. 민주당 계열의 심벌마크
- 4-2. 보수당 계열의 심벌마크

5. 결론: 정당 심벌마크의 현재와 미래

참고문헌

1. 서론

역사는 정치 현상이 언제나 합리적으로 구성되지 않는다는 점을 일깨워 준다. 정치 현상은 기계적 인과 관계로 설명할 수 없는 이론적 공백을 남기는데, 이는 인간이 상징적 관념화를 통해 세계를 이해하고 의미를 부여하기 때문이다.¹⁾ 이런 맥락에서 정치는 상징으로 가득 찬 세계라 할 수 있다.²⁾ 중세 이래 정치적 상징은 힘과 그 근원에 대한 과시를 통해 ‘차이’를 드러내는데 활용되었고, 근대 이후에는 정치 집단의 지향성을 밝히고 지지와 동원을 끌어내기 위한 도구로 사용되었다. 다양한 형태의 권위주의와 민주주의 프로젝트들이 각각의 정당성과 정치적 상징을 밀접하게 연결해 왔다. 특히 20세기 들어 ‘선거’라는 새로운 정치 공간이 탄생하자 상징은 마케팅과 커뮤니케이션의 도구로서 진화를 거듭했다. 상징이 정치 프로젝트의 개별적 성공을 좌우하지는 않지만, 성공한 정치 프로젝트들은 뛰어난 정치적 상징과 밀접하게 연관되어 있다. 따라서 정치적 상징의 디자인, 특히나 빼어난 시각 디자인은 정치적 도구로서 활용 범위가 넓을 뿐 아니라 정치 그 자체를 이해하는 바로미터로도 작동한다.

이 연구는 정치적 메시지를 축약하고 전달하는 실체로서 정치적 상징, 구체적으로는 정당의 심벌마크(symbol marks) 또는 로고(logos)와 같은 시각 상징의 풍부하고 구체적인 역사적 맥락을 분석한다. 오늘날 정당정치의 시각 기호들, 즉 정당의 심벌마크나 로고를 이해하기 위해서는 그 기호들이 생성하여 소멸하거나 변천해 온 역사적 배경과 경로를 파악해야 되기 때문이다. 이러한 맥락에 대한 이해를 통해 유권자의 조직화와 동원이라는 정치적 상징의 기능이 시장의 소비자에 대한 구애에 목적을 둔 마케팅과 질적으로 다른 이유, 나아가 오늘날 정당 로고 디자인들에서 휘발성과 표피성이 두드러지게 나타나는 이유를 비판적으로 이해할 수 있는 근거를 발견할 수 있다. 이 과정에서 정치적 시각 상징들의 외형적 기표와 기의가 어떠한 관계를 형성해 왔는지를 추적할 것이다. 서구의 대표적 사례들, 그리고 한국의 정당정치사에서 정당의 심벌마크가 변화해 온 양태를 민주당과 보수당 계열로 대별하여 분석함으로써 그 변화의 연대기를 구축하고자 한다.

1) 조현수, ‘상징과 정치’, 한국정치연구, 2010. 10. Vol.19, No.3, pp.196-199

2) 홍재우, ‘색의 정치’, Archives of Design Research, 2023. 02. Vol.36, No.1, p.342

2. 정치적 상징의 의미와 역할

2-1. 상징과 정치

상징(symbol)은 인간이 세계를 인식하는 방식이자 결과이고, 이를 다른 인간과 주체적으로 소통하는 방식이다. 융(C. G. Jung)의 시각에서 상징은 단순한 기호나 알레고리가 아니라 합리적 의식의 세계를 넘어서는 어떠한 이미지이다. 과학만으로 파악할 수 없는 어떤 세계에 대한 이해를 ‘함축’하는 것인데, 인간은 상징 없이는 세계를 이해할 수 없다. 여기서 이해란 명징하게 밝혀진 인과관계가 아니라 세계의 존재와 의미, 그 내용에 대한 수용과 주체적인 재해석을 뜻한다. 따라서 상징은 대상에 의미를 부여하는 형식, 즉 의도된 것으로 나타난다. 그리고 그 과정은 개인적 차원이 아닌 사회적 맥락 속에서 구성되고 작동한다. 즉, 사회적 인간(들)은 상징을 창조하고, 이를 통해 지식을 획득하며 목적을 달성한다.³⁾

상징은 관념의 총체가 이미지로 축약된 것이다. 이는 우연과 자연발생적 근원을 가지기도 하나, 의도적으로 디자인되고 동원될 때 사회적 관계 속에서 명확하고 풍부한 의미를 지닐 수 있으며, 사회현상의 일부로 현현할 수 있다. 이러한 상징은 정치의 장에서 다음과 같은 기능을 수행할 수 있다. 첫째, 상징은 사회적 변화에 능동적 임무를 수행한다. 이해하기 어려운 세계를 어떤 의미로 재현하고자 하는 상징은 인간에게 집단의 식을 갖게 하며, 새로운 세계에 대한 정치적 비전과 결합하면 사회 변화의 추동력이 되기도 한다. 둘째, 상징은 집단의 정체성을 축약하면서 정치적 동원의 역할을 한다. 소통의 도구로서 집단 내부를 향해서는 ‘동의’를, 외부를 향해서는 ‘차이의 메시지를 전달하며, 이를 통해 타자에 맞선 정치적 지지와 행동을 이끌어낸다. 이때 상징의 내용에 대한 동의보다는 상징에 대한 공통의 감정이 이러한 정치 기획의 성공에 더 크게 작용한다. 셋째, 상징은 정치적 정당성의 매개체 역할을 한다. 사회의 통합을 위해 공통의 감정을 엮어내어 고착화하고, 권력과 지배에 대한 동의에 의미를 부여한다. 정치적 상징은 사회적 응집의 당위성을 제공함으로써 국가를 유지하고, 종종 외부의 억압과 개입에 맞서 내적 갈등을 뛰어넘는 충성의 이유를 제공하기도 한다. “국가는 사회구성원의 ‘일반의지’를 대변한다는 명제 하에서 사회구성원들은 ‘일반의지’라는 포괄적인 상징성에 대해 정서적 만족감을 느끼고 이를 바탕으로 권위의 정당성을 허용한다.”⁴⁾

3) 조현수, Op. cit. 2010, p.198

4) Ibid., p.204

이러한 상징은 합리적 세계를 뛰어넘는 의미를 축약하는 것이므로 애초의 기획과 의도가 중요하다. 그것은 논리적이고 과학적인 설득에 근거하지 않으며, 우연, 환경, 맥락과 같은 감성적 계기에 영향을 받는다. 따라서 시각 디자인 차원에서 상징의 기표(significant)와, 주체가 그것에 부여하려는 기의(signifié) 간의 완전한 일치하는 불가능에 가깝고, 그 의미 작용(signification)은 매우 복잡하고 때로는 우연한 맥락에서 이루어진다.

정치적 상징으로서 정당 심벌마크는 주로 선거의 장에서 동원의 기능을 한다. 그러나 시장의 기업과 정당이 각각 소비자, 유권자와 맺는 관계는 다르다. 기업의 로고는 소비자의 시선에서 기업 간의 정체성 차이로 비춰지나, 정당의 심벌마크는 정당 일체감을 매개로 유권자가 스스로의 정체성을 규정하게 하는 역할을 한다. 따라서 정치적 상징의 기획자는 훨씬 더 복잡한 변수 속에 놓이게 되며 정당의 (리)브랜딩 과정에서 시각 상징을 변경할 때 의미 구축의 작업은 훨씬 더 난해하다.

2-2. 선행연구 검토

한국 정당의 심벌마크, 로고 등 시각 상징에 관한 연구는 2010년 이후에 시작되어 그 수가 많지 않다. 다양한 접근법과 방법을 사용하여 분석했으나, 대체로 정당이나 정치에 대한 이해 부족을 드러내고 정치적 상징으로서의 의미와 역할, 정치적·역사적 맥락을 간과하는 한계를 보였다. 본 연구의 방향과 필요성은 선행연구들의 이러한 한계에 기인한 것이다.

기존 연구는 대개 심벌마크의 외형적 분류 작업에 국한되었다. 초기 연구에 해당하는 정용원⁵⁾은 기존 C 분류법에 따라 심벌마크를 그림마크와 문자마크 등으로 분류했다. 이를 통해 한국 정당 심벌마크는 주로 그림마크 형태를 띠는 가운데 문자마크가 점차 증가하고 있고, 로고타입이 결합된 심벌마크로 인지도를 높이고 있다고 분석했다. 이와 유사하게 김한얼·강현주⁶⁾도 정당 로고를, 사람, 동물, 자연현상, 인공물 등을 사용한 유형들로 단순 분류한 후 로고가 점차 간략해졌다고 분석했다. 이민형·최종환⁷⁾은 정당 심벌마크의 미

니멀리즘 경향을 실증 분석했는데, 전문가 110명을 대상으로 1990~2010년대 한국 정당 심벌마크에 대한 설문조사를 수행하여 미니멀리즘 요소가 점차 강화되었다는 결론을 도출했다. 그러나 과거와 현재의 심벌마크를 단순 제시하고 문자성, 색의 단순성 등이 더 나타났는가를 물어 빈도분석을 수행한 데 그친 방법론상의 한계를 보였다.

김현영·장재욱⁸⁾은 한국 정당 심벌마크의 의미작용에 대해 구조기호학적 분석을 시도했다. 기표가 기의를 제대로 전달하는지에 따라 커뮤니케이션의 성공 여부를 평가할 수 있다는 관점을 취했는데, 형태, 의상, 색채를 중심으로 대립적 의미를 도출한 후 그것이 심벌마크 본래의 의미와 일치하는지를 따졌다. 그러나 의미수용에 대한 설문조사의 주관성을 극복하겠다는 의도와 달리 왼쪽으로 기울어진 로고를 진보성향으로 해석하는 등 매우 자의적인 기호 해석이 나타났으며 기의 획득의 정치사적 분석은 완전히 생략되었다.

한국 이외의 정당 심벌마크에 관한 연구가 거의 없는 가운데 이가영·문철⁹⁾은 나치 독일의 하켄크로이츠, 일본제국의 욱일기 등의 상징적 의미화 과정을 고찰했다. 이처럼 부정적 의미를 강하게 가진 심벌들은, 새로운 의미화 과정을 거치지 않을 경우 수용되기 어려우나, 이들과 조형적 유사성이 있을 지라도 의미하는 바와 목적이 효과적으로 재설정될 때 그 부정적 의미가 경감될 수 있다고 보았다. 전달자와 인지자 간의 소통에 있어서 의미화 과정이 중요하다는 주장이다.

전반적으로 한국 정당의 시각 상징에 대한 기존의 연구는 초보적인 수준에 머물러 있다. 심벌마크의 변화를 다룬 연구들조차 그것에 영향을 미친 시대적 변화와 정치적 맥락을 고려하지 않은 채 외형적 분류만을 시도했다. 또한 정당의 심벌마크들이 기의를 획득하는 과정과 환경에 대한 분석이 부재한 탓에 그 의미 작용을 파악하지 못했다. 즉, 차별성의 획득, 나아가 지지와 동원 등 정치적 상징으로서의 기능을 평가할 수 없었다. 기존의 연구들이 간과해 온 역사적 맥락에 대한 이해가 선행되어야만, 수시로 변화해 온 한국 정당 심벌마크의 디자인과 활용의 과정에서 어떠한 의미 작용이 이루어졌는지를 물을 수 있을 것이다.

- 5) 정용원, '정당 심벌마크의 형태에 관한 연구', 기초조형학연구, 2011. 12. Vol.12, No.6, pp.392-402
- 6) 김한얼, 강현주, '한국 정당 정치에서 사용된 로고 디자인에 관한 연구', 한국디자인학회 학술발표대회 논문집, 2018. 11, pp.322-323
- 7) 이민형, 최종환, '정당의 심벌마크에 나타난 미니멀리즘에 관한 연구', 기초조형학연구, 2015. 02. Vol.16, No.1, pp.421-431

- 8) 김현영, 장재욱, '정당 심벌마크 디자인의 기호학적 연구', 일러스트레이션 포럼, 2012. 06. Vol.13, No.31, pp.79-90
- 9) 이가영, 문철, '심벌디자인의 상징적 의미화에 관한 시사점 고찰', 기초조형학연구, 2014. 12. Vol.15, No.6, pp.399-411

3. 정치적 상징의 연대가: 기원과 변화의 해석

정치적 장에서 시각 상징은 오랜 역사를 가지며 다양하게 발전해 왔다. 서구 중세 봉건사회에서는 지역과 가문을 상징하는 문장(紋章, coat of arms)이 발달했으며, 주로 종교, 동물, 신성함이나 용맹함을 의미하는 요소들이 사용되었다. 이 문장들은 서구 제국의 국기와 국장에 영향을 미쳤다. 동양에서는 중앙집권화가 일찍 이루어졌지만, 일본의 경우 봉건제도가 오랫동안 유지되며 번벌(藩閥)의 상징인 카문(紋)이 세분화되었다. 카문은 전쟁터에서 병사들의 등에 매단 노브리(幟)로 사용되며 집단의 동질성을 강조하고 세력을 과시했다.

근대 시민혁명 이후 시각 상징은 인민(people)이 권력의 주체로 부상하면서 보편적이고 포괄적인 의미를 지니게 되었다. 인민의 조직화, 동원, 참여를 유도하는 목적을 띠며 애국심, 계급의식, 연대의식을 고취하는 기능을 했다. 국민국가의 국기는 국가의 지향성과 통합성을 나타내며 전쟁과 외교에서 중요한 의미를 가졌다. 혁명, 운동(movement), 선거에서도 다양한 시각 상징이 발달했는데, 몇몇은 특정 이념과 세계관을 나타내며 국가의 경계를 초월하여 보편적 가치를 지니게 되었다.

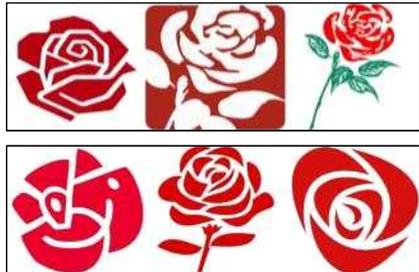
3-1. 이념 정당의 심벌마크

역사적으로 가장 강력한 정치적 심벌마크는 ‘낫과 망치’일 것이다. 농민(낫)과 노동자(망치)의 연대를 상징하는 것으로 1차 세계대전 후 러시아 혁명에서 처음 등장했으며, 소비에트 연방의 국기에까지 올랐다. 이후 [그림 1]과 같이 다양한 변형을 통해 전 세계 공산국가의 국장과 공산당의 상징으로 보편화되었는데, 각 사회주의 운동과 공산주의 역사의 성격에 따라 붓, 컴퍼스, 총, 햇불, 곡괭이 등이 함께 사용되었다.



[그림 1] 공산주의 심벌마크 '낫과 망치'

상징의 의미 작용도 역사적 맥락에 따라 크게 달라졌는데, 본래의 저항과 연대의 상징에서부터 국가와 정당의 권력과 권위의 상징으로, 또 억압의 상징으로 해석되면서 냉전 시기 일부 국가에서는 사용이 금지되기도 했다. 그러나 이러한 편차와 변이에도 불구하고 낫과 망치가 전 세계적으로 여전히 공산주의를 표방하는 심벌마크라는 점에서는 보편성을 획득한 대표적인 정치적 상징이라고 할 수 있다.



[그림 2] 사회(민주)주의 심벌마크 '붉은 장미'

낫과 망치와 대조되는 좌파운동의 또 다른 대표적 상징은 [그림 2]의 ‘붉은 장미’이다. 국가의 상징으로 쓰인 사례는 없지만, 낫과 망치보다 더 오랜 역사를 지니며 현재까지도 전 세계 사회민주주의 정당과 운동의 심벌마크로 사용되고 있다. 장미가 낫과 망치보다 먼저 좌파의 상징이 된 이유는 가장 대표적인 빨간색 꽃이기 때문이다. 빨간색은 1789년 프랑스혁명에서부터 혁명의 상징이었고, 1848년 7월 왕정에 맞서 연합한 부르주아 공화파와 사회주의의 임시정부도 삼색기와 함께 붉은 장미장(red rosette)을 상징으로 채택했다. 1871년 파리코뮌 붕괴 후 비스마르크(O. von Bismarck)의 독일 정부가 반사회주의자법(Anti-socialist Law)을 시행했을 때, 이에 저항한 사민당원도 붉은 장미장을 내 걸었는데, 옷에 장미를 단 것만으로도 체포되었다.¹⁰⁾ 그리고 당시 독일에서 추방된 사회주의자들의 망명은 장미 문장을 전 세계로 확산시켰다. 미국에도 영향을 미쳐 노동절의 연원인 헤이마켓봉기에서 노동자들이 연대의 표시로 붉은 장미와 카네이션을 가슴에 단 것을 계기로 붉은 장미가 본격적으로 노동운동의 상징이 되었다. 이러한 역사를 배경으로 2차 세계대전 이후 낫

10) Hayes, C., ‘The History of German Socialism Reconsidered’, The American Historical Review, 1917. Vol.23, No.1, pp.62-101; Lee, A., ‘Tidings of Times’, Metropolitan, 1913. Vol.38, No.3, p.63

과 망치와 같은 상징이 지나치게 남성적이라는 비판이 일자, 붉은 장미가 좌파의 상징으로 빠르게 부상했다.



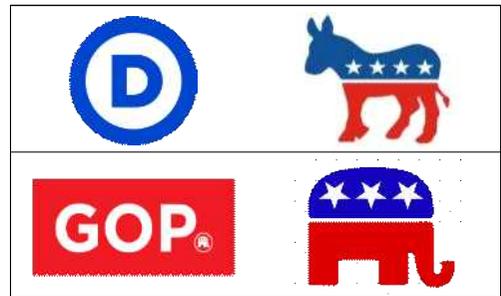
[그림 3] 프랑스 사회당(좌)과 사회주의인터내셔널(우)의 심벌마크 '장마-주먹'

한편, 장미는 [그림 3]과 같이 주먹과 함께 쓰이기도 하는데, 이는 정당 변화와 심벌마크 간의 관계를 보여주는 흥미로운 예이다. 이 '장마-주먹(le poing et la rose)'은 1969년 프랑스 디자이너 보네(M. Bonnet)의 작품으로 1971년 프랑스 사회당의 심벌마크가 되었다. 당시 사회당은 노동자인터내셔널 프랑스지부를 승계하면서도 볼셰비키의 색은 지워버리고 비공산주의적 좌파 정당의 노선을 걷고자 했는데, 사회주의와 연대, 사랑, 희망을 상징하는 장미를, 투쟁과 승리를 상징하는 주먹에 쥐어 줌으로써 사회주의 역사에서 줄곧 긴장관계에 있던 혁명주의와 개량주의의 화해와 통합을 선언한 것이다. 이는 선거 중심의 새로운 정치마케팅의 세계로 나아가겠다는 의지 표명이기도 했다.¹¹⁾ 이후 장마-주먹은 사회당의 간행물, 포스터, 스티커뿐 아니라 당 대회에서 장미를 나눠주는 행사가 전통으로 자리잡는 등 집회와 시위에까지 광범하게 사용되었고, 1981년 미테랑(F. Mitterrand)이 첫 사회당 대통령으로 선출되었을 때 인기가 정점에 달했다. 또한 전 세계 사회민주주의 정당들로 확산하며 여러 정치현장에서 중요한 상징으로 쓰였다. 20세기 말 좌파 정당들의 노선 변화에 따라 인기가 점차 식어갔지만, 장마-주먹은 붉은 장미와 함께 여전히 사회주의의 대표적 상징으로 남아 있다.

3-2. 미국 양당의 심벌마크

낫과 망치, 장마-주먹 등이 형상의 역사적 의미를 적극적으로 활용한 시도였던 데 비해, 어떠한 역사적 의미도 전제하지 않은 채, 또는 어떠한 의도된 계획도 없이 역사성을 획득하면서 자리를 잡게 된 정치적 상징이 있다. 미국 민주당(Democratic party)의 '당나귀'

와 공화당(Republican party)의 '코끼리'가 대표적이다. 동물 마스크트 형태의 이들 상징은 두 정당이 역사상 가장 오래된 양당 체제 중 하나를 이룬 만큼 오랜 역사를 지닌다. 그러나 이들의 쓰임은 유럽 정당의 경우와 다르게 공식 로고와 비공식 심벌마크 사이 어디쯤에 있다. 특히 민주당은 선거운동을 제외하고는 당나귀를 공식 심벌마크로 채택하고 있지 않다. 게다가 매우 분산적인 미국 정당구조 탓에, 중앙당에 해당하는 전국위원회(national committee) 외의 하위 조직들은 서로 다른 로고를 자유롭게 사용한다. [그림 4]와 같이 민주당은 당명의 머리글자 D를, 공화당은 애칭 Grand old party의 머리글자 GOP를 단 레터마크를 사용하는 동시에 동물 마스크트를 다양하게 변주하여 사용하는 데, 언론이나 지역 선거 캠프에서는 완전히 다른 모양의 당나귀와 코끼리가 등장하기도 한다([그림 7] 참조).



[그림 4] 미국 민주당(상)과 공화당(하)의 심벌마크

코끼리와 당나귀 상징의 역사는 19세기로 거슬러 올라간다. 21세기에 들어서야 자리를 잡은 양당의 상징색인 민주당의 파란색과 공화당의 붉은색보다 오래되었다.¹²⁾ 민주당의 당나귀 상징은 공화당원들의 풍자에서 비롯되었다. 민주당의 잭슨(A. Jackson) 대통령(1829~1837)이 보인 완고한 정치스타일과 포폴리스트적 주장은 당시 기득권 세력에게 비난과 조롱의 대상이 되었는데, 그의 행정부는 종종 당나귀에 비유되었다. 멍청하고 고집불통이라는 전통적 이미지가 당나귀에 담겨 있었기 때문이다. 그러나 임기 말에 잭슨은 스스로 당나귀를 민주당과 자신의 상징으로 삼아 '당나귀처럼 열심히 일하는 보통 사람'의 의미로 세간의 이미지를 역전시키려 했다.

한편, 공화당의 코끼리 상징은 논란의 여지가 있지만 1860년 최초의 공화당 대통령 후보였던 링컨(A.

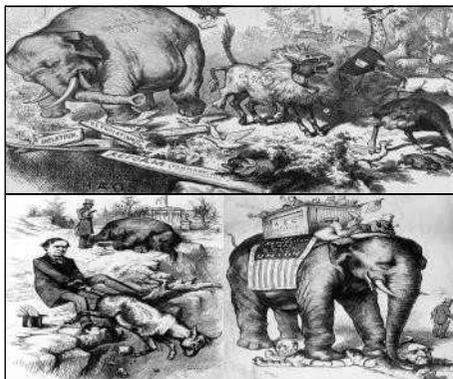
11) Cépède, F., 'Le poing et la rose', Histoire Politique, 2018. Vol.36, pp.121-139

12) 홍재우, Op. cit. 2022, p.344

Lincoln)의 선거 캠페인에서 그 기원을 찾을 수 있다. 당시 일리노이주 저널(The Illinois State Journal)이 그의 엄청난 대중적 인기를 표현하기 위해 [그림 5]와 같이 코끼리를 처음 사용했는데, 각 주를 거처며 후보자를 선출하는 미국 대통령 선거제도의 특징에 따라 이웃 주의 언론들도 덩달아 ‘코끼리 같이 힘 있게 달리는’ 이미지로 링컨을 나타내기 시작했다. 그러나 코끼리를 일반 대중에게 공화당의 상징으로 명확하게 인식 시킨 계기는 뉴욕 하퍼스 위클리(Harper’s Weekly)의 풍자화가 네스트(T. Nast)가 그린 신문만평이었다. 그는 1874년 3선 출마를 선언한 공화당의 그랜트(U. Grant) 대통령을 비판하기 위해 [그림 6]과 같이 ‘어쩔 줄 몰라 하는 코끼리에 공화당을 비유했는데, 이후의 만평들에서도 양당의 경쟁을 ‘코끼리 대 당나귀’로 되풀이하여 표현한 것이다. 코끼리와 당나귀 상징이 오늘날에까지 미국의 정당정치를 지배하게 된 것은 바로 이 시기에서부터였다.



[그림 5] 링컨의 승리를 ‘코끼리에 비유한 언론 보도



[그림 6] 네스트의 신문만평 속 ‘코끼리’와 ‘당나귀’

이러한 미국 사례가 흥미로운 이유는 현대 심벌마크 디자인의 주요한 특징인 형태의 통일성이나 용도의 표준화와 거리가 멀기 때문이다. [그림 4]와 같이 간결한 레터마크 형태의 로고가 잇기는 하나, 동물 마스크트가 더 빈번하게 공식적 또는 비공식적 상징으로 다양하게 쓰인다. 특히 각 지역의 카운티 정당위원회나 지구당은 [그림 7]과 같이 자유롭게 변형한 당나귀와 코끼리 심벌마크를 독자적으로 사용하고 있다. 언론이나 출판사도 다양한 상황에 맞춰 두 동물의 픽토그램이나 삽화를 직접 제작한다. 이처럼 미국의 양대 정당을 상징하는 한 쌍의 동물 심벌마크는 역사적으로 정당이나 후보자가 아니라 언론에 의해 등장했고 본래의 이미지가 좋지 않은 않았음에도 불구하고, 이후 두 정당이 긍정적 의미와 친근한 느낌을 적극적으로 부여함으로써 자신들의 상징으로 안착시켰다는 특징이 있다.



[그림 7] 미국 민주당·공화당 심벌마크의 변형

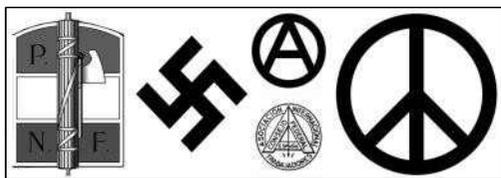
3-3. 제3의 정당 또는 정치운동의 심벌마크

앞서 살펴본 거대 정당들 외에도 주목할 만한 상징을 지닌 제3의 정당이나 정치운동들이 있다. 1970년 대부터 새로운 대안세력으로 세계 곳곳에 출현하기 시작한 생태주의 운동과 녹색당의 사례가 대표적이다. 그 이름에서 엿보이듯이 이들의 상징은 형태보다는 ‘색’에 치중되어 있는데, 1980년 독일 녹색당(The Greens)의 탄생이 그 시초였다. 여러 국가들의 녹색당이 [그림 8]과 같이 ‘해바라기’를 상징으로 채택해 온 것도 일차적으로는 색에 기인한다. ‘녹색’과 ‘노란색’이 이들의 이념을 상징해 왔는데, 녹색은 생태이념과 자연을, 노란색은 자연의 에너지원인 태양을 나타내기 때문이다. 이때 해바라기는 태양의 이름과 색을 동시에 지닌 꽃으로 녹색당의 정책 노선을 가장 잘 반영하는 상징인 셈이다. 사회민주주의를 상징하는 장미처럼 폭넓게 사용되는 않았지만, 해바라기와 그것의 색인 노란색은 녹색을 보조하며 여러 국가들에서 녹색당의 상징으로 사용되어 왔다.¹³⁾



[그림 8] 녹색당의 심벌마크 '녹색과 노란색의 해바라기'

그밖에도 보편성의 정도는 다르지만 자유의 여신상에서도 드러나듯 '햇살'이 자유주의와 보수주의 정당들에서 쓰이기도 하고, 엄밀히 말해 정당의 것은 아니지만 다양한 심벌마크들이 특정 집단이나 운동의 정치적 상징으로 사용되어 왔다. [그림 9]의 가장 왼쪽에 제시된 파스케스(Fasces)는 로마 시대의 도끼 묶음에서 유래했으나 1930년대 전후 파시스트의 상징으로 변형되었다. 그 옆의 심벌마크는 본래 길상과 행운을 의미했던 인도 아리안(Aryan)의 역만자(逆卍字), 스와스티카(卍, Swastika)로, 갈고리 십자가라는 뜻의 하켄크로이츠(Hakenkreuz)라는 표현으로 더 유명한 나치의 상징인데, 히틀러 시대뿐 아니라 현재까지도 신나치들에게 애용되고 있다. 그리고 원형 A자(Ⓐ)와 다윗의 별(☆)은 각각 아나키즘과 시오니즘의 정치적 상징이었다. 또한 가장 오른쪽의 심벌마크는 반전(反戰)을 의미하는 평화기호(☺)인데, 핵감축(nuclear disarmament)의 머리글자 N과 D의 깃발 신호를 선으로 나타내고 동그라미 안에 담은 것이다. 이는 1958년 디자이너 홀탐(G. Holtom)이 고안했다고 알려져 있는데, 1960년대 반전 운동의 분위기를 타고 급속도로 확산되었다. 이처럼 한 디자이너에 의해 의미가 부여된 이후 사회운동과 결합하여 그 사용성이 확장된 심벌마크도 존재한다.



[그림 9] 다양한 정치운동과 이념의 심벌마크들

4. 한국 정당 심벌마크의 역사와 진화

민주화 이전인 제1공화국부터 제5공화국까지(1948~1987) 다양한 성격의 여러 정당이 명멸했는데, 이들도 [표 1]과 같이 나름의 심벌마크를 사용했다. 그 형태는 대체로 근세 일본의 영향을 받은 학교 교표(校標)와 비슷했는데, 쓰임과 상징성은 오히려 당대 학교나 상사(商社)의 그것에 비해 매우 제한적이었고, 전당대회 등의 행사에 내걸리는 깃발 속 휘장(徽章, insignia)에 불과했다. 1963년 민주공화당이 박정희 대통령 후보의 포스터에 황소를 그려 넣은 것을 제외하고는 선거 포스터에서조차 당의 심벌마크를 찾아보기가 어려웠다. 예외적으로 프랑스의 삼색기를 닮은 유신시대 신민당의 깃발은 야당 정통성의 상징이었는데, 1985년에 창당한 신한민주당도 똑같은 깃발을 사용했고, 심지어 관제 야당들도 이와 유사한 삼색기를 사용했다. 그러나 그 역시 활용의 폭은 매우 좁았다. 이러한 한계는 정치적 상징의 활용성에 대한 이해가 부족했기 때문이기도 했고, 민주적 선거를 중심으로 한 자유로운 경쟁과 정치 참여가 전혀 이루어지지 않았던 당시 시대상에 기인한 것이기도 했다.

[표 1] 민주화 이전 한국 정당의 심벌마크

정당	심벌마크
자유당 (1951~1961)	
민주당 (1955~1961)	
민주공화당 (1963~1979)	
신민당 (1967~1980)	
민주정의당 (1981~1990)	

1987년 민주화 이후 정치적 경쟁 시장이 폭발적으로 열렸고, 정치정보 매체도 급증했다. 이에 따라 정당은 자신을 타 정당과 구분하고 그 차이로써 유권자의 지지를 확보하기 위해 심벌마크를 활용해 왔다. 본 연구는, 그중 현재 '더불어민주당'과 '국민의힘'으로 각각 이어져 온 민주당 계열 정당과 보수당 계열 정당을 대상으로 심벌마크가 변천해 온 역사를 추적하면서 그 특징을 비교 분석하고자 한다. 특히 각 정당이 심벌마크를 변화시킬 때의 역사적 맥락을 중시하며, 심벌마크

13) 홍재우, Op. cit. 2022, p.345

변화의 기저를 들여다보고자 한다. 이러한 분석에 필요한 정보와 자료를 확보하기 위해 본 연구자는 현재 국회 제1, 제2의 원내정당인 더불어민주당과 국민의힘의 홍보 담당자를 따로따로 만나 심층인터뷰를 수행하고 양당의 심벌마크 디자인 과정을 조사했다. 심층인터뷰는 사전 협조 요청 후 2024년 2월 14일(국민의힘)과 3월 7일(더불어민주당)에 각 당사 홍보국을 직접 방문하여 각기 약 한 시간에 걸쳐 수행했다. 인터뷰 대상자는 현 심벌마크 디자인 작업을 직접 주도하지는 않았으나 심벌마크의 사용과 관리에 관한 업무 일체를 담당하고 있다.

4-1. 민주당 계열의 심벌마크

지나치게 잦은 정당의 이합집산은 한국 정치의 주요 특징으로 민주당도 예외가 아니다. 여러 차례 분열과 통합이 있었고 당명도 여러 차례 바뀌었다. 그런데도 민주화 직후에는 양김을 중심으로, 1990년 3당 합당 이후에는 김대중, 노무현, 문재인 등의 정치지도자와 민주화 세력을 중심으로 맥이 이어져 왔으므로, 하나의 정당 계열로 파악할 수 있다. 민주당 계열의 정당은 [표 2]와 같이 민주화 이래로 열다섯 차례나 심벌마크를 변경했다.

우선 심벌마크의 변화는 역사적 맥락으로서의 정치 환경 측면에서 분석될 수 있다. 무엇보다 한국 정당정치 특징인 창당, 분당, 합당의 짧은 주기가 심벌마크의 변화에 큰 영향을 미쳤다. 총 15회의 심벌마크 변화 중 9회가 신설 창당과 신설 합당으로 인한 것이었다. 그밖에 당명 변경에 따른 경우가 4회였고, 당명 변경 없이 심벌마크만 변경된 경우는 단 2회뿐이었다. 이러한 심벌마크의 변화 양상을 세력관계의 틀로 다시 살펴보면, 통합을 지향한 변화가 7회, 분열로 인한 변화가 5회, 내부 상황에 따른 변화가 3회였다. 이중 분열로 인한 변화 가운데 3회는 분당 세력에 의한 신설 재창당의 경우였고, 나머지 2회는 분열 후 잔존 세력에 의한 자기 변화였다.

또한 선거도 심벌마크의 변화를 일으키는 특수한 정치 환경을 조성했는데, 다가오는 선거에 대비하여 당 내외의 세력들이 합종연횡(合從連橫)하는 경우와 선거에서 패배한 후 당내 세력이 재편되는 경우로 구분될 수 있다. 전자, 즉 현재로서는 다가오는 선거에서 이길 수 없다는 판단 아래 전열을 재정비하며 심벌마크를 변경한 경우가 10회였으며, 후자, 즉 선거 패배로 인한 당의 위기를 수습하는 과정에서 심벌마크를 변경한 경우가 5회였다. 그리고 흥미롭게도 이 5회 가운데 3회

는 여당의 위치일 때였으며, 나머지 2회는 원내 다수당일 때였다.

심벌마크에 중점을 두고 역사적 변천을 추적해보자. [표 2]에서와 같이 형태보다는 색에서 변화의 경향성이 더 쉽게 파악되는데, 민주당의 대표색은 전통적으로 초록색과 노란색이었다가 2013년부터 파란색이 되었다. 흥미롭게도 각 색은 민주당의 대통령들과 짝을 이루며 등장했다.¹⁴⁾ 반면, 형태상으로는 3장에서 살펴본 서구 사례와 달리, 당의 정체성을 장기적으로 나타내는 상징이 발견되지는 않는다. 다만, 일부 예외와 중복이 있긴 하나, 전반적으로 보편 상징에서 추상 상징과 문자 상징으로 변화해 온 경향이 나타난다.

보편 상징이 사용된 초기에는 김대중의 국제적 상징성 때문에 평화를 상징하는 ‘비둘기와 같은 새’ 형태가 당의 심벌마크에 주요하게 자리 잡았다([표 2]의 1, 2번). 1991년 야권 통합으로 창당된 민주당에서는 김대중의 상징성이 지워졌다(3번), 정계 은퇴를 반복하고 복귀하면서 동교동계와 함께 창당한 새정치국민회의의 심벌마크에는 다시 새가 등장한다(4번). 국가와 같은 국가의 상징을 정당의 심벌마크에 활용하는 추세가 전 세계적으로 나타나지만, 민주당계가 ‘태극을 사용한 경우는 단 한 번뿐이다(3번).

이후의 시기에는 보편 상징이 사라지고 추상 상징이 사용되었는데, 예외적으로 2008~2011년 민주당의 심벌마크에는 초록색 ‘소나무’가 등장한다(10번). 수목화가 이호신의 그림이다. 개인의 작품을 사용한 사례는 이것이 유일했다가 2024년 총선에서 이 소나무가 재등장했다. 일부 민주당 인사가 ‘소나무당’을 창당했는데, 흰색으로 바뀐 이화백의 소나무가 심벌마크 중앙에 세워졌다. 군소 원외정당이었으나 정부에 비판적인 보수 인사와 민주당 세력의 만남이라는 점에서 흥미로운 선택이었다. 당시 민주당에 따르면, 소나무는 “장수, 기개, 성실, 지조, 생명”을, 초록색은 “통합과 소통, 균형, 조화, 성장, 안정, 평화, 번영”을 의미한다.¹⁵⁾ 외부 세력의 수혈로 불안정해진 상황에서 ‘지속성’을 표현하고자 한 시도였으나, 민주당과 특별한 연관이 없던 소나무보다는 초록색을 통해 참여정부(노란색)로부터의 탈피와 전통적 민주당(초록색)의 계승과 복귀를 강조하려 했던 의도로 보인다. 이후에도 민주당에서 분당한 세력들, 특히 호남 정치세력은 초록색을 계속 선호했다.

14) 홍재우, Op. cit. 2022, pp.346-347

15) 류지복 기자, ‘민주당 로고 ‘소나무’ 확정’, 한겨레, 2008.08.31. (2024.10.11.)
www.hani.co.kr/arti/politics/assembly/307607.html

[표 2] 한국 민주당 계열의 심벌마크 변천

연번	심벌마크	정당 및 역사적 맥락	특징	선거
1		평화민주당 (1987.11. 신설 분당, 41개월 심벌마크 유지) - 87년 6·29 선언 이후 13대 대선(1987.12)을 앞두고 통일민주당을 탈당한 김대중이 동교동계를 규합하여 창당, 13대 총선(1988.04)을 통해 제1야당으로 부상	분열	선거 대비
2		신민주연합당 (1991.04. 당명 변경, 5개월 심벌마크 유지) - 3당 합당(1990.01)으로 거대 여당인 민주자유당이 출현하자 야권 통합을 위해 재야인사들을 영입하고 당명 변경	통합	선거 대비
3		민주당 (1991.09. 신설 합당, 48개월 심벌마크 유지) - 3당 합당에 대한 반발로 통일민주당으로부터 분당해 나온 '꼬마민주당'(노무현 등)과 합당하며 더 큰 야권 통합 시도, 창당	통합	선거 대비
4		새정치국민회의 (1995.09. 신설 분당, 52개월 심벌마크 유지) - 14대 대선(1992.12) 패배로 정계 은퇴했던 김대중이 1회 지방선거(1995.06) 직후 정계 복귀, 민주당에서 집단 탈당한 동교동계와 창당	분열	선거 대비
5		새천년민주당 (2000.01. 신설 합당, 46개월 심벌마크 유지) - 15대 대선(1997.12)으로 집권했으나 여소야대 정국, 16대 총선(2000.04)을 앞두고 386세대 영입 등 정당 확대 개편하며 창당	통합	선거 대비
6		열린우리당 (2003.11. 신설 합당, 29개월 심벌마크 유지) - 16대 대선(2002.12)으로 집권, 17대 총선(2004.04)을 앞두고 대통령을 포함한 개혁파 분당, 한나라당에서 탈당한 개혁성향 의원들 및 개혁국민정당과 합당을 통해 창당	분열	선거 대비
7		열린우리당 (2006.04. 심벌마크 변경, 16개월 심벌마크 유지) - 노무현 탄핵사태(2004.03) 역풍으로 17대 총선(2004.04)에서 승리했으나 당내 분열 심화, 재보궐선거(2004.04, 2005.04) 패배로 원내과반의석 붕괴, 4회 지방선거(2006.05)를 앞두고 심벌마크 변경	분열	선거 수습
8		대통합민주신당 (2007.08. 신설 합당, 6개월 심벌마크 유지) - 17대 대선(2007.12)을 앞두고 열린우리당에서 집단 탈당했던 계파가 이합집산 끝에 다시 열린우리당과 합당하여 창당, 범여권 대통합 시도	통합	선거 대비
9		통합민주당 (2008.02. 신설 합당, 5개월 심벌마크 유지) - 17대 대선(2007.12, 이명박 당선)에서 패배하고 18대 총선(2008.04)을 앞둔 시점에서 야권 통합을 위해 옛 새천년민주당 잔류 세력과 합당하여 창당	통합	선거 수습
10		민주당 (2008.07. 당명 변경, 41개월 심벌마크 유지) - 18대 총선(2008.04)에서 패배한 후 열린 전당대회에서 새로운 지도부 선출하며 당명 변경	내부 변화	선거 대비
11		민주통합당 (2011.12. 신설 합당, 17개월 심벌마크 유지) - 전당대회에서 야권 통합 의결, 친노계 단체인 '혁신과 통합이 창당한 시민통합당(문재인) 등과 합당을 통해 창당	통합	선거 수습
12		민주당 (2013.05. 당명 변경, 1개월 심벌마크 유지) - 19대 총선(2012.04), 18대 대선(2012.12) 패배 후 당헌·강령 개정하며 이전의 민주당으로 거듭난다는 취지에서 당명 변경	내부 변화	선거 수습
13		새정치민주연합 (2014.03. 신설 합당, 10개월 심벌마크 유지) - 6회 지방선거(2014.06)를 앞두고 새정치연합(안철수)과 합당을 통해 창당	통합	선거 수습
14		더불어민주당 (2015.12. 당명 변경, 21개월 심벌마크 유지) - 20대 총선(2016.04)을 앞두고 친노·친문계와 비문계 간 계파 갈등이 심화되고 비문계(안철수)가 탈당하자 당명 변경, 현재까지 유지	분열	선거 대비
15		더불어민주당 (2024.01. 심벌마크 변경, 현재 2024.11.까지 10개월 유지) - 22대 총선(2024.04)을 앞두고 8년간 유지해 온 심벌마크 변경, 민주당이 민주주의의 퇴행을 막고 미래로 나아가겠다는 의지 표현	내부 변화	선거 수습

이 소나무를 제외하면, 2000년 이래의 민주당계 심벌마크는 ‘회전’, ‘나무끼는 리본’, ‘외비우스의 띠’ 등을 응용한 추상 상징과 레터마크의 형태로 진화했다. 빈번하게 변경된 이 심벌마크들이 정당의 상징으로서 역사성과 특수성이 부족하다는 비판을 피하기는 어렵겠지만, 아무런 의미 없이 무작위적으로 선택된 것이라고 보기도 어렵다. 본 연구자가 더불어민주당 홍보국을 대상으로 수행한 심층인터뷰에 따르면, 대체로 심벌마크는 외부 디자인 업체에 의해 제작되고 지도부의 승인을 받는 절차를 거치게 된다. 이 과정에서 외부 디자인사는 정당과의 협의와 자체 조사를 통해 심벌마크의 변화가 요구되는 상황, 특히 당이 직면한 위기 상황을 분석하게 되는데, 조화, 통합, 타협이 강조되어야 하는 때인지, 아니면 대중적 선명성이나 차별성, 전투성 등이 강조되어야 하는 때인지를 판단해야 했다. 디자인의 방향은 그에 따라 설정되었다.

통합이 필요한 시기에는 곡선의 디자인이, 전투성이 필요한 시기에는 직선의 디자인이 선호되었을 것이라는 거친 가설이 가능하다. 강한 규칙성의 수준은 아니지만 일정한 경향성이 발견되기 때문이다. 그러데이션 물결이나 곡면에 쓰인 심벌마크들(8, 11번)과 회전이나 깃발의 물결이 강조된 심벌마크들(5, 15번)은 무엇보다도 당의 통합이 긴요했던 시기에 사용되었다. 또한 곡선의 호(弧, arc)를 사용할 때 호의 방향에 따른 차이가 발견되는데, 위로 볼록한 호(∩)는 여러 세력을 포괄하고 규합한다는 표현으로 통합이 강조되는 시기에(9, 13번), 아래로 볼록한 호(∪)는 국민의 웃음과 참여를 중시한다는 표현으로 대중적 선명성이 강조되는 시기에(6, 7번) 사용되었다. 반면, 당의 차별성과 전투력이 강조되어야 할 때는 직선 위주의 단순한 심벌마크(12, 14번)가 쓰인 점도 흥미로운 부분이다.

4-2. 보수당 계열의 심벌마크

보수당은 한나라당이라는 이름을 15년이나 유지한 데서 보듯 민주당 계열에 비해 심벌마크를 변경하는 데에도 보수적이다. [표 3]과 같이 1990년 3당 합당 이래 지금까지 총 9개의 심벌마크가 사용되었으며, 상대적으로 더 긴 평균 수명을 보였다. 한나라당 2기 심벌마크의 수명이 95개월로 가장 길었고([표 3]의 5번), 미래통합당의 경우가 7개월로 가장 짧았으며(8번), 4년 이상 사용된 심벌마크는 5개(1, 4, 5, 6, 9번)로 민주당 계열의 3개보다 많았다. 또한 2010년대 이전까지는 시각적인 변화의 폭이 크지 않았는데, 그렇다고 해서 이러한 심벌마크들이 정당의 고유한 정체성을 드

러내거나 정치적 지지를 동원하는 데 적극 활용되었다고 평가하기는 어렵다.

정치 환경의 측면에서 심벌마크의 변화를 분석하면, 대개 당명 변경에 수반된 것으로 당명이 변경되지 않고 심벌마크만 변화된 경우는 2회에 불과했다. 새로운 심벌마크는 당내 세력 변화 또는 선거 국면에서 채택되었는데, 전자는 주로 당내 주도 세력의 교체나 권력 강화라는 목표에 기인한 것이었고(1, 2, 3, 6번), 후자는 큰 선거를 앞둔 위기감에서 비롯하거나(4, 6, 7번) 선거 패배 후 수습을 위한 것이었다(5, 8, 9번). 대통령선거와 국회의원선거는 물론이고 보궐선거와 지방선거를 앞둔 상황이나 결과도 큰 영향을 미쳤다. 흥미롭게도 집권당의 지위에 있을 때 심벌마크가 다섯 차례나 변경되었는데, 대통령의 주도권을 강화하기 위한 것이 2회(2, 3번), 대통령의 권력 약화나 권위로 인해 당 지도부를 쇄신하기 위한 것이 3회였다(4, 6, 7번).

이제 심벌마크 자체에 중점을 두고 역사적 변천을 살펴보자. 민주당 계열의 심벌마크와 가장 두드러지는 차이는 어떤 정치지도자와 특별히 연결된 색이나 기표가 존재하지 않는다는 점이다. 또한 민주당계가 당명을 여러 차례 바꾸는 와중에도 ‘민주’라는 단어만큼은 가능한 한 유지하려고 한 데 반해, 보수당에게는 그런 단어가 없었다. 다만 당명에 ‘국가’와 ‘국민’의 의미를 담으려고 노력했는데, 그 결과 심벌마크에도 이러한 기의가 일부 반영되었다. 특히 초기에는 국가의 상징이 주요 요소로 등장했다. 국가의 ‘태극’이 거의 그대로(2, 3번) 또는 다소 변형되어(1번) 사용되거나 국토 형태의 ‘한반도’가 사용되기도 했는데(4번), 이러한 경향은 2010년대에 들어서 사라졌다. 그리고 민주당계의 심벌마크에서는 발견하기 어려운 문자 상징 형상이 두 차례 등장했는데, 각각 당시 당명의 머리글자인 한글 자모 ‘ㅎ’(5번)과 ‘ㄱ, ㅁ’(9번)을 사용했다. 그중 전자는 한나라당 2기 심벌마크로 ‘new’라는 영어 단어가 함께 쓰였는데, 알파벳이 정당의 심벌마크에 포함된 사례는 양당 모두에서 이것이 유일하다.

2012년 새누리당으로 당명을 변경하고 새로운 심벌마크(6번)를 채택한 것은 그 어느 때보다 관심을 끌었다. 그 이유는 첫째, 국가, 국민 등 전통적인 보수적 가치가 드러나지 않은 ‘새누리’라는 당명이 무엇을 의미하는지가 불분명했고(기의의 불명확성), 둘째, 보수당을 상징하던 파란색 대신 역사적으로 진보의 상징색인 빨강이 채택되었으며(기표의 치환), 셋째, 새로운 당명과 기표의 관계를 파악하기가 어려웠기(기표의 모호성) 때문이었다.

[표 3] 한국 보수당 계열의 심벌마크 변천

연번	심벌마크	정당 및 역사적 맥락	특징	선거
1		민주자유당 (1990.01. 신설 합당, 62개월 심벌마크 유지) - 3당 합당으로 '보수대연합' 명분의 거대 여당 출현, 여소야대 정국 극복	통합	선거 대비
2		민주자유당 (1995.03. 심벌마크 변경, 9개월 심벌마크 유지) - 14대 대선(1992) 승리 후 군부 축출 등 당 쇄신 추진, 1회 지방선거 (1995) 앞두고 당 대표 교체(김종필 탈당)	내부 변화	선거 대비
3		신한국당 (1995.12. 당명 변경, 23개월 심벌마크 유지) - 김영삼 정부의 '역사바로세우기' 추진으로 5·18특별법 제정 및 전두환, 노태우 구속, 15대 총선(1996) 앞두고 대선 슬로건이었던 '신한국 창조를 따서' 당명 변경	내부 변화	선거 대비
4		한나라당 (1997.11. 신설 합당, 76개월 심벌마크 유지) - IMF 외환위기, 노동법 날치기 통과, 김현철 구속으로 문민정부 지지 하락, 15대 대선(1997) 앞두고 통합민주당(조순)과 합당, 한나라당(이회창) 창당	통합	선거 대비
5		한나라당 (2004.03. 심벌마크 변경, 95개월 심벌마크 유지) - 2·3회 지방선거, 16대 총선(2000)에서 승리했으나, 16대 대선(2002) 패배, 노무현 탄핵사태(2004)로 위기, 17대 총선(2004) 앞두고 심벌마크 변경	내부 변화	선거 대비
6		새누리당 (2012.02. 당명 변경, 60개월 심벌마크 유지) - 4회 지방선거(2006), 17대 대선(2007), 18대 총선(2008) 연속 승리했으나, 디도스 사건 등으로 당 위기, 19대 총선(2012) 앞두고 비상대책위원회(박근혜)가 이명박 정부와의 차별화 위해 당명 변경	내부 변화	선거 대비
7		자유한국당 (2017.02. 당명 변경, 36개월 심벌마크 유지) - 19대 총선(2012), 제18대 대선(2012)에서 승리했으나, 최순실 국정농단사건(2016)과 비박계 탈당으로 당 위기, 친박계 및 잔류 비박계 당명 변경	내부 변화	선거 대비
8		미래통합당 (2020.02. 신설 합당, 7개월 심벌마크 유지) - 박근혜 탄핵과 19대 대선(2017) 패배로 위기에 몰려 21대 총선(2020)을 앞두고 여러 보수 세력과 합당하여 창당	통합	선거 수습
9		국민의힘 (2020.09. 당명 변경, 현재 2024.11.까지 50개월 심벌마크 유지) - 21대 총선 패배로 출범한 비상대책위원회(김종인)가 당 쇄신을 위해 당명 변경, 재보궐선거(2021), 20대 대선(2022)에서 승리하며 현재까지 당명과 심벌마크 유지	내부 변화	선거 수습

또한 이 새로운 심벌마크는 그 변경을 주도한 사람이 누구인지가 처음으로 대중에게 명확하게 알려진 것이기도 하다. 보궐선거와 지방선거에서의 연이은 패배 후 당내 권력이 새로운 대선 주자(박근혜)에게 집중되었는데, 그를 중심으로 새 질서를 확립하기 위해 홍보 전문가가 영입되었고 심벌마크를 바꾸는 과정 자체가 일종의 마케팅 전략으로 활용되었다. 제작자 조동원(홍보기획본부장에 따르면, 이 심벌마크는 가로로는 '국민을 품는 그릇'이자 '미소 띠는 입술'이고 세로로는 '국민의 목소리를 듣는 귀'의 형태이다.¹⁶⁾ 그러나 디자인 전문가가 아닌 그가 이러한 기표에 얼마나 영향을 미쳤는지는 명확하지 않으며, 설명을 들어도 난해한 형태 때

문에 보수진영의 불만과 진보진영의 조롱과 패러디가 뒤따르기도 했다.¹⁷⁾ 또한 정당정치인 수요자인 대중에게도 의문을 불러일으켰는데, 역사성도 보편성도 없는 이 기표가 어떤 기의를 전달하려 하는 것인지가 불분명하여 부정적인 해석이 쏟아졌다. 이처럼 화제가 되었다는 점에서는 성공적인 심벌마크라고 할 수도 있겠으나, 기업이 아닌 정당의 심벌마크로서는 지나치게 단기적인 바이럴 마케팅(viral marketing)에 치중된 디자인이었다는 비판을 피하기가 어려워 보인다. 이후의 심벌마크에는 '햇볕'(7번)과 '마음을 안고 있는 사람'(8번)이 차례로 등장했는데, 국제적으로 햇볕은 극우보수의 상징으로 애용되어 왔다는 사실에도 불구하고 북한을 연

16) 조미진 기자, '새누리당 로고 공개 '네티즌 반응은?', 머니투데이, 2012.02.07. (2024.10.11.)
news.mt.co.kr/mtview.php?no=2012020713271469948

17) 이명선, 선명수 기자, '새누리당 로고, 생긴 게 마치...', 프레시안, 2012.02.07. (2024.10.11.)
www.pressian.com/pages/articles/4388

상시킨다는 비판을 받았으며, 밀레니엄 핑크로의 색 변주도 7개월에 그친 단기적 쓰임에 불과했다.

현재의 심벌마크(9번)는 디자이너 출신의 젊은 정치인인 김수민의 총괄로 당명을 국민의힘으로 변경하면서 채택된 것인데, 이 새로운 이름은 보수당의 역사상 ‘당’이라는 단어가 처음으로 빠진 명칭이다. 그리고 새로운 심벌마크는 보수당의 역사상 가장 직선적인, 즉 문자를 제외하고는 곡선이 전혀 포함되지 않은 유일한 디자인이다. 공식적인 설명에 따르면, 이 정육면체 기표는 ‘ㄱ, ㅁ’으로 구성된 것으로 ‘국민’의 다양한 의견과 관점을 포용하겠다는 기의를 담고 있다. 그러나 그 이면의 목적은, 대선 패배 후 강한 도전자의 이미지로 야당의 입지를 다지고 당을 재건하기 위해 선명성이 두드러지는 직선만을 사용한 것이라고 해석할 수 있다. 실제로 국민의힘은 이 심벌마크와 함께 20대 대통령선거에서 승리했다. 그러나 이 심벌마크에도 위기는 있었다. 대통령의 당내 장악력이 극도로 과시되던 2023년, ‘국힘’의 ‘ㄱ, ㅎ’을 형상화한 디자인으로 심벌마크가 변경될 계획이 발표되었는데 극심한 당내 반대 여론에 부딪혀 추진되지는 않았다.¹⁸⁾ 그러나 최근 22대 국회 의원선거까지 3연속으로 패배함으로써 정당 쇄신의 필요성이 점증하고 있다는 점을 고려할 때, 현행 심벌마크가 변경될 가능성은 여전히 존재한다.

살펴본 바와 같이 보수당도 민주당처럼 선거로 인한 부침 속에서 당명과 심벌마크를 변경해 왔다. 선거에서 승리한 후에도 대통령의 권한 강화와 더불어 심벌마크의 변경이 추진되기도 했다(2, 3, 9번). 도리어 선거 패배 직후의 심벌마크 변화는 드물었는데, 김영삼, 그리고 실패하기는 했지만 윤석열이 그 예이다. 여당이면서도 이명박 정부와 갈등관계에 있던 박근혜의 경우에는, 자신이 당권을 장악해 가는 과정에서 정당 명칭을 새누리당으로 변경했기 때문에 선거 이후에도 그 명칭을 바꿀 이유가 없었다. 대통령선거 패배 후 변화는 자유한국당에서 미래통합당으로 이행할 때의 한 차례에 불과하고(8번), 국회의원선거 패배 후 변화도 미래통합당에서 국민의힘으로 이행할 때의 한 차례뿐이다(9번). 선거가 영향을 미친 것은 분명하지만, 보수당의 경우

대개는 선거에서의 패배 그 자체보다는 상대에 대한 탄핵, 상대에 의한 탄핵, 보궐선거나 지방선거의 국면 등으로 인해 당면한 주요 선거에 대한 ‘전망’이 어두울 때, 당명과 심벌마크의 변화를 추구하는 경향이 있었다(4, 5, 6, 7번). 민주당의 경우 위기 속에서 당의 정통성과 투쟁성을 다시 확보하려는 의지, 또는 분열되어 있는 여러 세력을 아우르려는 배려가 심벌마크에 드러난 데 반해, 보수당의 심벌마크에는 그와 같은 고민이 거의 반영되지 않았다. 오히려 전통의 고수, 세력 공존 등 보수를 특징짓는 가치가 당명과 심벌마크의 변화에 중요한 요소로 작용하지 않았다는 점이야말로 한국 보수당의 취약성을 드러내 주는 양상일 수도 있다.

5. 결론: 정당 심벌마크의 현재와 미래

정치적 상징으로서의 가치가 높은 정당의 심벌마크는 빼어난 시각디자인과 더불어 그에 귀속되는 의미가 정당의 고유성을 함축하고 그러한 기의와 기표의 결합이 오랜 기간 유지될 때 완성된다. 본 연구는 서구와 한국 사례를 들어 대중정당의 상징인 정당 심벌마크의 의미와 변화에 대해 분석했다. 서구에서는 비교적 오랜 역사적 맥락 속에서 특정한 기표로서의 디자인 형상이 대중에게 인식된 기의를 가진 채 발전해 온 반면, 한국의 경우에는 기표와 기의 간의 그러한 일체성은 발견할 수 없고, 때에 따라 임의적인 기의를 부여한 디자인을 채택해 왔음을 알 수 있다. 한국 정당들은 초기에는 단순히 위기 돌파의 상징 정도로, 후기에는 ‘선거 시장’에 반응하는 상표 정도로 심벌마크를 활용해 왔다.

그러나 최근에는 서구 정당의 심벌마크도 안정적이지만은 않다. 유명한 ‘정당 균열의 결빙테제(freezing thesis)’, 즉 계급에 따른 사회적 균열을 반영하여 서구 정당체제가 고착화되었다는 명제가 설명력을 잃었으며, 급진적 대중 동원에 성공한 정당이 부상하고 유서 깊은 정당은 약화되거나 소멸되는 경향이 나타나고 있다.



[그림 10] 캐나다 주요 정당의 로고 (일부)

18) 김민지 기자, ‘국민의힘, ‘ㄱㅎ’ 로고 변경 안 하기로... “기존 빨간색만 미세 변화”’, 서울신문, 2023.12.06. (2024.10.11.)
www.seoul.co.kr/news/politics/2023/12/06/20231206500087; 신민정 기자, “국힘” 줄임말 인정 않더니... 슬그머니 바뀐 로고 ‘ㄱㅎ’ 의미는?’, 한겨레, 2023.10.03. (2024.10.11.)
www.hani.co.kr/arti/politics/assembly/1110611.html

[표 4] 발틱 및 스칸디나비아 국가들의 정당 로고

	에스토니아	라트비아	리투아니아	스웨덴	핀란드	덴마크	노르웨이
사회민주주의							
자유주의							
노르딕그린							
보수주의							
민족주의							
녹색당							

이에 따라 서구 정당의 로고도 전통적인 이념을 나타내는 상징보다는 [그림 10]의 캐나다 사례와 같이 보다 안정적인 국가 상징(국기)을 응용하거나 단순한 레터마크나 픽토그램 등으로 변형하는 디자인 경향이 나타나고 있다. [표 4]와 같이 민주주의 전통의 유사성을 가진 발틱 연안 지역으로 한정시켜 살펴본다고 해도, 전통적인 사회민주주의 진보정당 간의 유사성은 일부 관측되나, 자유주의, 보수주의, 민족주의, 인종주의, 국가주의 정당들의 심벌마크에서는 그 어떤 보편성과 역사성을 찾아내기가 어렵다.

이러한 경향은 정치적 불안정성과 변동성이 급격히 증가하고 있는 오늘날의 세계사적 추세에 기인한 측면이 크다. 한국도 예외가 아닌데, 이러한 맥락에서 살펴보면, 왜 역사적으로 한국 정당의 심벌마크가 정치적 상징으로서 안정성과 활용성이 크지 않았는지 그 이유를 유추해 볼 수 있다. 세계적인 성공 사례로 손꼽히는 한국의 민주화 과정에서 격렬하고 광범위한 대중 동원이 이루어졌던 역사를 고려하면, 민주화 이후 민주정치의 장에서 상징성이 큰 심벌마크가 부재한 현상은 독특하기까지 하다. 그것은 민주화 이후 지도자의 교체, 선거의 승패와 관련하여 정당의 재편이 너무 쉽게 반복적으로 일어나는 한국 정치의 휘발성과 밀접한 연관이 있다. 민주화 이후 한국의 민주주의는 소위 87년 체제에 고착되어 있으면서도 여전히 불안정한 역동성을 가지고 있기 때문일 것이다.

그러나 이러한 구조적 맥락을 감안한다고 하더라도, 정당 심벌마크의 의미와 역할, 그리고 디자인의 방향과 과정에 대한 정당 차원의 자성은 필요하다. 살펴본 바와 같이 양당의 심벌마크 변화 양상은 어느 정도의 차이를 보이긴 하나, 양당의 홍보 관계자를 대상으로 한 심층인터뷰에 따르면, 두 정당 모두가 선거 국면이나 위기에 직면할 때마다 심벌마크를 전략적으로 변경해 왔으며, 디자인의 과정과 결정을 지도부의 상황 판단에 크게 의존하고 있었다. 심벌마크의 변화를 단순히 쇄신과 변혁을 내세우기 위한 화장(化粧) 정도로 간주해 온 것이다. 정당의 역사와 정체성의 담지자로 심벌마크를 바라보는 인식의 전환, 그리고 당명 변경과 같은 상황에도 불구하고 정당의 계통성만큼은 유지될 수 있는 방향으로 심벌마크를 디자인하는 전략이 필요해 보인다. 물론 이는 한국 정당정치 자체의 성격 변화가 동반되어야만 비로소 의미를 지닐 수 있을 것이다. 이 연구가 후속 연구를 위한 기초 자료로 활용됨으로써 향후 정치적 상징의 디자인 방향과 전략에 관한 연구뿐만 아니라 그것의 대중적 효과, 즉 심벌마크와 같은 정치적 상징이 정당과 유권자 간 커뮤니케이션에 미치는 영향에 관한 연구 등을 촉발하는 계기가 될 수 있기를 희망한다.

참고문헌

1. 김한얼, 강현주, '한국 정당 정치에서 사용된 로고 디자인에 관한 연구: 픽처마크를 중심으로', 한국디자인학회 학술발표대회 논문집, 2018
2. 김현영, 장재욱, '정당 심벌마크 디자인의 기호학적 연구', 일러스트레이션 포럼, 2012
3. 이가영, 문철, '심벌디자인의 상징적 의미화에 관한 시사점 고찰: 역사적 사건에 의한 연상작용을 발생시키는 이미지를 중심으로', 기초조형학연구, 2014
4. 이민형, 최종환, '정당의 심벌마크에 나타난 미니멀리즘에 관한 연구', 기초조형학연구, 2015
5. 정용원, '정당 심벌마크의 형태에 관한 연구', 기초조형학연구, 2011
6. 조현수, '상징과 정치: 민주주의체제와 전체주의체제의 상징에 대한 비교분석', 한국정치연구, 2010
7. 홍재우, '색의 정치: 한국 정당과 정치인의 상징색 연대기', Archives of Design Research, 2023
8. Cépède, Frédéric, 'Le poing et la rose: un symbole devenu encombrant? Retour sur la saga d'un logo', Histoire Politique, 2018
9. Hayes, Carlton, J. H., 'The history of German socialism reconsidered', The American Historical Review, 1917
10. Lee, Algernon, 'Tidings of times: out imitation Bismarcks', Metropolitan, 1913
11. www.seoul.co.kr
12. www.hani.co.kr
13. www.pressian.com
14. news.mt.co.kr