

이재명 경기도지사의 이미지에 대한 연구 : Q방법론적 접근

Study on the Image of Gyeonggi-do Governor Lee Jae Myeong through Q-methodology

안이수

신한대학교 공공행정학과

Lee-Su Ahn(whynot@shinhan.ac.kr)

요약

본 연구는 정치인의 종합적 이미지에 대하여 유권자가 가지고 있는 가치와 태도를 밝혀내고 유권자가 갖는 주관성의 구조를 심층적으로 알아보았다. 이러한 작업을 통하여 유권자의 정치적 행동에 미치는 영향력을 설명하는 것이 연구의 목적이다. 본 연구에서는 이재명 경기도지사 인식에 대한 3개의 유형이 도출되었는데, 제1유형(N=4) : 뚜렷한 원칙과 추진력 있는 개혁가, 제2유형(N=12) : 실행력 있는 실용적 정책가, 제3유형(N=4) : 정치적 야망을 달성하고자 하는 포퓰리스트로 분류되었다. 제1유형은 이재명 경기도지사는 기득권의 장벽을 허물 수 있는 적임자라는 의견을 보였고, 제2유형은 성남시장 재임 중에 보인 행정 능력으로 유권자 피부에 와 닿는 실용적 정책을 펼칠 것으로 기대를 가지고 있었으며, 제3유형은 현실성이 떨어지는 주장으로 자신의 정책과 태도만 부각시켜 인지도를 높이고 인기만 끌려는 태도에 우려를 표시했다.

■ 중심어 : | 후보자 이미지 | 후보자 속성 | 주관성 | Q-방법론 | 커뮤니케이션 |

Abstract

This research studies voter's value and attitude reflected by the politician's overall image and scrutinizes the separate structures of the voters' subjectivity on the matter. Objective of the research is to explain the influence that exercises on voters' political actions through this procedure. On this research, there were 32 Q samples that are selected, and they were categorized by a pool of 20 people. Result showed total of 3 different categories of cognition patterns towards Gyeonggi-do Governor Lee Jae Myeong. Of the 3 categories, category 1 (N=4) was a reformer with apparent principles and initiatives, category 2 (N=12) was an efficient tactician with executive ability, and the last category 3 (N=4) was a populist that strives to achieve his political ambition. Opinion of the samples in the first category was that Governor Lee is the right guy for demolishing the barrier between vested class and the non-vesting in the society. Voters in the second category showed expectation for Governor Lee's executive policies that satisfy the voters, given his abilities proven while he was in mayor's office for Seongnam city. People in the pool of category 3 worried that Governor Lee is busy increasing his approval rating and popularity by asserting unrealistic opinions and impractical policies.

■ keyword : | Candidate Image | Candidate Attribute | Subjectivity | Q-methodology | Communication |

* 본 논문은 2018년도 신한대학교 학술연구비 지원으로 연구되었음.

접수일자 : 2018년 09월 28일

수정일자 : 2018년 10월 23일

심사완료일 : 2018년 10월 23일

교신저자 : 안이수, e-mail : whynot@shinhan.ac.kr

I. 서론

이재명 경기도지사는 노동 인권변호사 출신으로 파산에 직면한 성남시를 전국 최고 수준의 재정건전성과 재정 독립성을 확보한 지방정부로 탈바꿈 시켰다. 또한 무상교육·산후조리비 지원·청년배당 등의 보편적 복지정책의 시행 및 현장중심 행정처리 등으로 지난 6년간 유권자들에게 기초단체장으로서 행정능력을 입증했다. 이와 같은 성과와 확고한 원칙 및 가치관, 특유의 추진력 및 실행력 등으로 젊은 층과 서민들의 지지를 이끌어내어 2017년 민주당 제19대 대선 경선 후보로 출마해 단번에 ‘전국구’ 인물로 발돋움하기도 했다. 이후 제7회 전국동시지방선거 기간 내내 여러 논란에도 불구하고 변화를 갈망하는 여당 프리미엄에 힘입어 56.4%를 득표하여, 야당의 남경필 후보를 누르고 당선되어 현재 더불어민주당의 차기 대권 후보군으로 주목되는 인물 중 하나이다. 정치인의 이미지는 정당에 대한 투표권자의 성향 및 후보자가 제시하는 공약과 더불어 투표의사 결정에서 매우 중요한 원인으로 꼽히고 있다 [1-4]. 유권자는 정치인을 가까이할 수 있는 기회가 드물기 때문에 대중매체 속에서 나타나는 반복적인 정치인 이미지를 그대로 믿어 버리는 경우가 많기 때문에 정치인 자신의 실체보다 이미지가 중요하게 여겨지는 것이다 [4]. 예컨대 자신의 아내에 대한 인신공격성 비방, 스캔들 의혹, 포퓰리스트라는 공격 등 각종 악재에도 불구하고 경기도지사로 당선될 수 있었던 것은 가난한 시골출신의 소년 노동자에서 인권변호사로 그리고 경기도지사까지의 극적인 성공신화 이미지와 강자를 누르고 약자를 도와 공정한 세상을 만들겠다는 억강부약(抑強扶弱)의 정치적 이미지가 유권자들에게 직접적 영향을 미쳤다고 볼 수 있다. 하지만 선거과정에서 후보자의 이미지는 유권자로 하여금 정당 및 후보자의 공약을 통한 정치적 의사결정에 악영향을 끼치는 결과를 초래하게 된다 [5]. 그러나 후보자의 이미지는 유권자가 정치적 의사결정을 하는데 있어 하나의 판단근거로 볼 수 있다는 반론도 존재한다 [6]. 미디어를 통한 정치인과 유권자 간 커뮤니케이션 비중이 커지면서 정당 선호도나 정책 이슈보다도 정치 후보자의 이미지가 주요한 영

향 요인으로 부각되고 있다는 연구는 국내외적으로 꾸준히 발표되고 있다 [7-13]. 그러나 선행연구들은 정치인 이미지의 구성 요소를 알아내고, 단지 정치인의 이미지가 유권자의 정치적 행동에 어떤 영향력을 주는지를 규명해 내는 수준에 머무르는 한계가 있다. 따라서 이재명 경기도지사의 이미지를 유권자가 가지고 있는 주관성을 바탕으로 구체적으로 확인하는 이 연구는 향후 유권자가 정치인에게 원하는 이미지가 무엇인지 또한 정치인의 이미지 형성에 관한 과정을 살펴보는 기회를 제공하게 될 것이다. 본 연구의 목적은 다음과 같다. 1. 이재명 경기도지사에 대한 주관성을 유형화한다. 2. 이재명 경기도지사에 대한 구조화된 유형별 특성을 분석한다.

II. 이론적 고찰

1. 후보자의 이미지

후보자의 이미지란 유권자가 후보자 개인에 대한 복잡한 정보를 바탕으로 한 이성적 근거한 판단까지도 이미지로 발췌하여 투표에 영향력을 끼치기 때문에 중요하게 다루어져 왔다 [14]. 이상적 민주주의 관점에서는 이미지 자체가 선거에서 정당과 정책에 의한 이슈 경쟁과 유권자의 합리적 의사결정을 가로막는 요인으로 작용된다고 알려져 있다 [15-19]. 그러나 다른 한편으로는 후보자 이미지는 사물과 사건, 또는 인물에 관해 각성되어져 하나로 이어진 속성으로부터 이루어지는 구성 개념이며, 유권자가 후보자에 대하여 여러 측면에서 살펴보는 평가이거나, 유권자가 분별하고 판단하는 후보자의 개인적 특성 및 전문적 특성이라는 주장도 있다 [20-22]. 김현주(1999)는 후보자 이미지를 “유권자가 다양한 캠페인 커뮤니케이션 채널을 통하여 습득하게 되는 정보를 토대로 후보에 대해서 가지게 되는 종합적인 인식”으로 평가하였고, 여기서 이미지는 외모나 말투 등과 관련된 후보의 시정각적 이미지뿐만 아니라 인품이나 능력과 같은 내면적 요소에 대한 인식까지 포함한다 [21][23][24]. 이준웅(1998)은 “사회인지론적 관점에서 후보자의 이미지는 유권자들이 정치적 판단을 할 때

간편하고 편리하게 사용할 수 있는 휴리스틱으로 가능하며, 용모나 말씨, 행동거지는 물론 정치경력, 정견 등에 대한 기억 속에 저장된 지식을 하나의 조직된 지식 체계로 통합하여 판단하는 효율적 단서이기도 하다”고 주장하였다[25]. 데이비스(Davis, 1981)는 선거에서 후보자의 이미지는 후보의 정책적 입장들에 대한 유권자의 평가와 관련되어 있으며, 후보의 이슈에 대한 입장과 관련 있는 메시지만으로도 이미지를 형성한다고 주장하였다[24][26]. 즉 유권자가 후보에 대해 좋은 이미지를 가지게 되면 그 후보의 공약에 대해서도 호의적일 가능성이 높아지게 된다는 것이다[24][26].

2. Q방법론 고찰

Q방법론은 인간의 주관성(subjectivity)연구를 위하여 학문 전반에 걸쳐 사용되고 있으며, 연구방법인 동시에 분석방법이다. 이것은 행태주의 연구방법과는 전혀 다르게 주관적 속성들에 걸쳐 사람들 사이의 상관관계를 밝혀내는 방법이다. Q방법론은 관찰할 수 있으며 측정될 수 있는 객관적 사실을 연구대상으로 삼는 R방법론과는 달리 사람들의 감정, 신념, 선호, 느낌, 의견과 같은 주관적 속성을 연구대상으로 삼고 분석방법으로 연구자의 가정이 아닌 행위자의 관점을 기반으로 유사한 속성을 유형화한다. 즉, Q방법론은 응답자 스스로가 진술문을 비교하여 순서를 정함으로써 이를 일정한 틀로 만들어서 결국 그의 주관성을 스스로 표현해 가는 것이다. 따라서 여기서 사용되는 진술문은 응답자의 자기 참조적(self-referent) 의견 항목으로 구성되어 있다 [27][28].

표 1. R과 Q 방법론의 비교[28]

	R방법론	Q방법론
연구대상	객관성	주관성
변인	인구학적, 심리적 특성 등	사람
측정방법	조작적 정의	자결적 정의
이론적 가정	변인에 관한 개인의 차이	의미성에 있어 개인 내의 차이

본 연구에서는 Q방법론을 적용하여 이재명 경기도지사에 대한 개인들의 주관적 관점을 알아보고자 한다. 최근 경험주의적 방법론이 가지는 한계로 인하여 인간의 주관성 탐구의 필요성이 더욱 증대됨에 따라, Q방법

론은 사회학, 심리학, 정치학, 행정학, 의학, 보건학, 교육학, 간호학 등 거의 모든 학문 분야에 적용되고 있다 [29].

III. 연구방법 및 설계

1. Q표본(Q-sample)

Q모집단은 Q연구를 위해 수집된 항목의 집합체로써 Q표본은 Q모집단으로부터 선택되는데, 이를 선택하는 방법은 문헌고찰, 심층면담 등을 통해 추출된다. 이 연구에서의 Q모집단은 성남시장, 촛불, 야권, 대선, 세월호, 발언, 고발, 문재인, 안희정, 발언 등 이재명 경기도지사과 관련된 문헌고찰을 실시하였다. 또한 Q모집단은 서로 다른 의견을 가진 사람들을 찾아냄으로써 완성되는데, 특정 주제에 대하여 특별한 관심이 있는 사람 또는 전문가를 포함하면 된다. 또는 이미지가 풍부하고 쉽게 인터뷰에 응할 수 있기 때문에 정치인 이미지에 대하여 전혀 모르거나 관심이 없는 사람도 유용하다[28]. 따라서 본 연구에서는 국회의원실 보좌진, 행정학과 교수, 가정주부로 구성된 전문가 및 일반인 총 4명에게 이재명 경기도지사에 대한 연상 단어, 정치인에 대한 시선, 인물 중심적인 정치 등과 관련된 심층 면담을 통하여 총 75개의 진술문 후보군을 생성하였다[6][30]. 최초 Q표본은 비구조화 표본의 표집방법 중 하나인 난수표를 이용한 단순 무작위 표집 절차를 거쳐 50개가 선정되었는데, 본 연구 목적인 사람들의 정치인에 대한 유형을 기술하고, 연구자에 선정의 편견을 최소화한다는 점에서 가장 적합한 도출 방법이라 하겠다. 무작위 표집은 표본 크기에 대한 임의적 결정을 시행하여야 하는데 표본수를 너무 줄이면 차별적 요인들을 추출하기가 어려우며 그들 간의 차이에 관해 유의미한 해석이 어렵고 너무 많은 항목수는 Q표본의 신뢰도를 낮춘다. 또한 Q표본수의 판단은 항목 자체의 복잡성, Q응답자들의 상황, 각 연구의 특성에 의존하는데 표본의 크기를 확고한 논리를 가지고 결정할 수는 없다. 본 연구의 Q표본은 사실이 아닌 의견에 관한 진술문으로 구성되어 있어 단순 항목처럼 쉽고 빠르게 답을 할 수 없기에 신뢰도를 높이기 위하여

총 37개의 진술문을 생성하였다. 이후 사전검사(pre-test)와 Q sorting을 2회 반복 실시함으로 신뢰도를 확인한 후 각각의 진술문이 긍정적, 부정적, 중립적 인가를 판단하여 진술문의 균형을 점검하여 최종 32개의 Q표본을 선정하였다[표 2][28][30-33].

표 2. Q-sample로 선정된 진술문

Q 진술문
1. 나는 "이재명은 노동 및 인권 변호사의 이미지로 높이 평가 된다" 라고 생각한다.
2. 나는 "이재명은 도덕성이 높을 것 같다" 라고 생각한다.
3. 나는 "이재명은 탈권위적이고 격의 없는 행보를 펼친다" 라고 생각한다.
4. 나는 "이재명은 사생활 관리가 철저할 것 같다" 라고 생각한다.
5. 나는 "이재명은 성별에 근거하여 차별 대우를 받으면 안 된다는 관점인 성평등(性平等)을 실현하는 도정을 펼칠 것 같다" 라고 생각한다.
6. 나는 "이재명은 좌파 사회주의 경제정책을 추구한다." 라고 생각한다.
7. 나는 "이재명은 페이스북과 트위터 등의 SNS를 이용하여 자신의 인지도를 크게 넓혔다." 라고 생각한다.
8. 나는 "이재명하면 스캔들이 떠오른다." 라고 생각한다.
9. 나는 "이재명은 시민운동가의 이미지로 높이 평가 된다" 라고 생각한다.
10. 나는 "이재명은 겸손한 리더의 이미지를 가지고 있다." 라고 생각한다.
11. 나는 "이재명은 청렴하고 깨끗한 이미지로 높이 평가된다." 라고 생각한다.
12. 나는 "이재명은 온순하고 인자한 이미지를 가지고 있다." 라고 생각한다.
13. 나는 "이재명은 기득권을 타파하고 차별과 권위주의를 거부하는 이미지다." 라고 생각한다.
14. 나는 "이재명은 대중선동에 능하고 과격한 성향을 가지고 있다." 라고 생각한다.
15. 나는 "이재명은 실행력과 추진력을 겸비한 리더이다." 라고 생각한다.
16. 나는 "이재명은 성소수자에 대한 인식이 떨어진다." 라고 생각한다.
17. 나는 "이재명은 정치인 중 가장 연설에 특화된 사람이다." 라고 생각한다.
18. 나는 "이재명은 감정적이고 거친 비난성 발언이나 언론플레이 등에 의존하는 경우가 많다." 라고 생각한다.
19. 나는 "이재명은 명확한 입장과 주관, 뚜렷한 원칙과 가치관을 가지고 있다." 라고 생각한다.
20. 나는 "이재명은 날카로운 이미지를 가지고 있다." 라고 생각한다.
21. 나는 "이재명은 경기도지사 이후 대통령선거출마 같은 더 큰 정치적 야망을 가지고 있을 것이다." 라고 생각한다.
22. 나는 "이재명은 본인에게 제기되는 비판에 대해선 신경질적으로 반응하거나 혹은 아예 무시해 버리려는 경향이 있다." 라고 생각한다.
23. 나는 "이재명은 탁월한 행정 능력을 갖췄다." 라고 생각한다.
24. 나는 "음주운전, 형수 욕설, 지역 소재 대학교 비하 논란 등 구설

수가 많은 것을 보면 이재명은 인격적으로 성숙한 사람은 아닌 것 같다." 라고 생각한다.

25. 나는 "이재명은 중도에서 진보를 아우르는 스펙트럼을 가졌다고 볼 수 있다." 라고 생각한다.

26. 나는 "이재명은 비교적 총복 논란에서 자유롭다." 라고 생각한다.

27. 나는 "이재명은 자신의 이미지를 상대방에게 각인시키는 능력이 있다." 라고 생각한다.

28. 나는 "이재명은 정치적인 야망을 달성하고자 대중의 인기에만 영합하려는 시책을 실행하는 이미지가 강하다." 라고 생각한다.

29. 나는 "이재명은 성남시장 재임기간동안 각종 장안의 화제가 되는 복지정책들을 실시하여 자신만의 정치브랜드를 확보하는 데 성공했다." 라고 생각한다.

30. 나는 "이재명은 이분법적 사고가 지나쳐 다른 의견에 대해서는 극단적인 배타성을 보인다." 라고 생각한다.

31. 나는 "이재명은 자기를 지지하는 진영 쪽 사람들이 듣고 싶어 하는 말을 잘 짚어내어 대중의 언어로 풀어내는 능력이 뛰어나다." 라고 생각한다.

32. 나는 "이재명은 본인이 흡수저 출신, 장애인이라는 점과 특유의 명백하고 확실한 발언을 바탕으로 서민층, 신파파층에게도 지지를 얻고 있다." 라고 생각한다.

2. P-sample

Q방법론은 개인 내의 중요성의 차이를 다루는 것이므로 P표본의 수에 아무런 제한을 받지 않으며, P표본의 수가 많은 경우 요인의 수를 극도로 제한시키기 때문에 소표본 원리에 따라야 한다[27-29]. P-표본의 구성은 매우 다른 시각을 갖고 있는 사람들을 포함시키기 위하여 '툰슨의 스키마타'(Thompson Schemata)방식을 적용하여 1) 정치인 이미지에 관하여 특별한 흥미를 갖는 사람, 2) 정치인 이미지에 대한 공평한 의견을 제시할 수 있는 사람, 3) 정치인 이미지 주제에 있어서 전문가, 4) 정치인 이미지에 대하여 일반적 관심이 있는 사람, 5) 정치인 이미지에 관심이 없는 사람 등을 고려하여 과거 국회의원실 보좌진으로 근무했거나 근무하고 있는 이, 정신건강의학과 및 가정의학과 전문의로 커뮤니케이션과 관련하여 전문성이 있는 의사, 설득 커뮤니케이션 전문 강사, 학생운동 경험자에서부터 정치에 전혀 관심이 없는 학생 및 주부에게 이르기까지 여러 범주로 표본을 추출 총 20명을 선정하였다[표 3][34]. 그리고 [표 3]에서 나타난 인자 가중치는 그 가중치가 높은 사람일수록 그 요인에 가깝다고 볼 수 있다. 따라서 그 사람들은 해당 요인의 전형적인 혹은 대표적인 사람이라고 할 수 있다.

표 3. 유형별 P 표본의 구성 및 인자가중치

유형	대상자	성별	나이	인자가중치
1 (N=4)	1	여	58	.6009
	5	여	29	9.6232
	6	남	49	3.3823
	12	여	20	9.4667
2 (N=12)	3	여	24	2.7182
	4	여	37	.8911
	7	여	31	1.4415
	8	여	23	1.3134
	9	남	44	.9839
	10	여	25	1.0199
	11	여	49	1.2084
	13	남	48	1.6645
	14	여	50	1.2502
	16	남	39	.9812
3 (N=4)	17	남	37	1.3915
	20	남	28	3.0984
	2	남	50	1.4317
	15	남	52	1.4258
	18	남	57	2.1147
	19	여	32	2.5209

3. Q-sorting

본 연구에서는 Q표본으로 선정된 32개의 진술문을 읽게 한 후 자신 생각의 차이에 따라 9점 척도로 강제 정규분포하도록 하였다. Q표본 분류과정은 진술문을 읽은 후 찬성(+), 중립(0), 반대(-)로 나눈 후, 찬성(반대)하는 진술문 중에서 적극 찬성(반대)하는 것을 골라 분류하도록 하였다[표 4]. 양극단의 진술문에 대한 선택 이유는 면담을 통하여 구체적으로 진술토록 하였다.

표 4. Q-sort 분포 모양

	가장 비동의				중립	가장 동의				
	-4	-3	-2	-1		0	+1	+2	+3	+4
점수										
카드수	2	2	4	5	6	5	4	2	2	

IV. 연구결과

아이젠 값이란 각 요인이 얼마나 많은 설명력을 가지는가를 나타내 주는 값이다. 아이젠 값 1.0 이상을 기준으로 산출된 결과와 전체적인 설명변량을 고려하여 유형을 분석한 후 명명하였다. 3개의 유형이 가지는 설명력은 69.74%이었고[표 5], 각 유형의 특성을 근거로

제1유형은 ‘뚜렷한 원칙과 추진력 있는 개혁가’, 제2유형은 ‘실행력 있는 실용적 정책가’, 제3유형은 ‘정치적 야망을 달성하고자 하는 포퓰리스트’로 명명되었다[표 6].

1. 제1유형: 뚜렷한 원칙과 추진력 있는 개혁가

제1유형은 기존 기득권 체제를 무너뜨리는 데 있어 이지가 적임자라고 생각하고, 현재와 같이 기업·재벌 중심으로 움직이는 경제체제에서 최대한 기회균등을 이뤄낼 수 있는 체제로 변화 시킬 수 있을 것이라는 견해를 보이고 있다[35]. 즉, 뚜렷한 원칙을 가지고 공공에 이익이 되는 것을 적극 추진해 성과를 낸다는 것이다[36]. 제1유형이 강하게 동의를 보인 문항은 ‘나는 이재명은 기득권을 타파하고 차별과 권위주의를 거부하는 이미지다.’라고 생각한다(Q13). 나는 이재명은 명확한 입장과 주관, 뚜렷한 원칙과 가치관을 가지고 있다. 라고 생각한다(Q19). 나는 이재명은 본인이 흡수제 출신, 장애인이라는 점과 특유의 명백하고 확실한 발언을 바탕으로 서민층, 신좌파층에게도 지지를 얻고 있다. 라고 생각한다(Q32).’였다. 이에 비하여 ‘나는 이재명은 좌파 사회주의 경제정책을 추구한다.라고 생각한다(Q6). 나는 이재명은 정치적인 야망을 달성하고자 대중의 인기에만 영합하려는 시책을 신봉하는 이미지가 강하다. 라고 생각한다(Q28). 나는 이재명은 온순하고 인자한 이미지를 가지고 있다.라고 생각한다(Q12).’에 대해서는 높은 부정적 의견을 보였다. 제1유형은 이지가 의회와 정당의 무능으로 인하여 가지게 되는 불신을 해소해주고, 공정한 기회를 보장하고 우리사회 전반에 만연되어 있는 불평등을 해결 할 수 있는 개혁적 정책의체를 추진할 수 있는 정치인으로 생각한다. 또한 민주주의를 후퇴시킨 구태의연한 구시대적 정치행태를 청산할 수 있는 새로운 리더십을 겸비한 인물 즉 기존 정치인과는 확연하게 차별화 된 인물이라고 생각한다고 할 수 있겠다. 이들이 이지에 대하여 원칙과 추진력을 갖춘 개혁적 인물로 보는 이유로는 “너무 과격하고 급진적이라는 평가가 있지만 오히려 그런 면이 기득권 체제를 무너뜨릴 수 있다.”라고 하였다. 또한 “지난 정권이 엄청난 감찰을 하였음에도 불구하고 비리가 나오지

않았다는 것은 원칙론자라는 것을 입증하는 것이다.”라고 주장하였다. 또한 “성남시장 재임시절 집무실에 CCTV를 설치하는 등은 그의 청렴도가 높다는 것이다.”라고 하였다. 따라서 이러한 특징에 근거하여 제1유형을 ‘뚜렷한 원칙과 추진력 있는 개혁가’로 명명하였다.

2. 제2유형: 실행력 있는 실용적 정책가

제2유형은 전임 지방정부가 남긴 엄청난 채무를 재임 기간 동안 채무 제로를 달성함으로써 우수한 재정건전성을 확보한 점을 긍정적으로 평가하였다. 그리고 청년배당·무상교복·산후조리지원 등 3대 복지사업의 실시 및 국민들의 건강권 확보와 공공의료 확대를 위한 성남시의료원 건립 등을 통하여 보여준 실행력을 높이 사 실용주의적 행정가 면모를 갖췄다고 평가하였다. 특히 공공예산 낭비를 줄여 복지정책에 집중한 점과 장애인, 비정규직, 실업자 등 사회적 약자를 위한 정책을 개발하고 재임기간동안 성남시를 안정적으로 이끌었다는 점이 제2유형에서 긍정적 평가를 받은 것으로 분석된다[37]. 제2유형이 높은 동의를 보인 문항은 ‘나는 “이재명은 탁월한 행정 능력을 갖췄다.라고 생각한다(Q23). 나는 이재명은 성남시장 재임기간동안 각종 장안의 화제가 되는 복지정책들을 실시하여 자신만의 정치브랜드를 확보하는 데 성공했다.라고 생각한다(Q29). 나는 “이재명은 실행력과 추진력을 겸비한 리더이다.”라고 생각한다(Q15).’였다. 이에 비하여 ‘나는 이재명은 정치적인 야망을 달성하고자 대중의 인기에만 영합하려는 시책을 신봉하는 이미지가 강하다. 라고 생각한다(Q28). 나는 이재명은 겸손한 리더의 이미지를 가지고 있다.라고 생각한다(Q10). 나는 이재명은 이분법적 사고가 지나쳐 다른 의견에 대해서는 극단적인 배타성을 보인다.”라고 생각한다(Q30)에 대해서는 높은 부정적 의견을 보였다. 제2 유형의 이미지 판단을 보면 근본적 사회변화에 대한 대중의 갈망이 이지사에게 투사되었음을 알 수 있다. 이들은 기존 정치기득권에서는 근본적인 한국사회의 변화를 기대할 수 없다고 판단한다. 변방 출신으로 대중의 의도를 적극적으로 읽어내어 사회적 약자와 중산층을 위한 3대 복지사업, 우수한 재정건전성 확보 등과 같은 실용적 정책을 추구해온 사람으

로 진보 및 보수 정책 전반을 아우를 수 있는 지도자로 판단하는 것이다. 이들은 “지방자치단체의 재정 확보를 위하여 행정자치부의 지방재정 개편안에 반대하여 단식 등의 직접적 행동을 하는 것으로 보아 시민을 위한 행정을 하려는 진정성이 느껴진다.”라고 하였다. 또한 “높은 공약이행률과 성남시민의 만족도를 보면 그가 시민을 위한 정책을 펼쳤다는 것을 볼 수 있다.”라고 주장하였다. 이러한 특징에 근거하여 제2유형을 ‘실행력 있는 실용적 정책가’로 명명하였다.

3. 제3유형: 정치적 야망을 달성하고자 하는 포퓰리스트

제3유형은 성남시장 재임 당시 펼쳤던 무상교복, 무상 급식, 청년배당, 공공산후조리원 등의 정책들과 지난 더불어민주당 대선예비후보 경선 시 내세운 임금인상과 일자리 확대, 복지확대, 군 복무기간 단축 등의 공약들은 오직 표를 위해 포퓰리즘 정책을 남발하는 것이라는 평가하였다. 특히 그가 주장하는 여러 복지 정책이 한국의 현실과 맞지 않고, 국가 예산을 고려할 때 감당하기 어려울 것이라는 우려를 보이고 있다. 제3유형이 높은 동의를 보인 문항은 ‘나는 이재명은 정치적인 야망을 달성하고자 대중의 인기에만 영합하려는 시책을 신봉하는 이미지가 강하다.라고 생각한다(Q29). 나는 이재명은 자기를 지지하는 진영 쪽 사람들이 듣고 싶어 하는 말을 잘 짚어내어 대중의 언어로 풀어내는 능력이 뛰어나다.라고 생각한다(Q31). 나는 이재명은 경기도지사 이후 대통령선거출마 같은 더 큰 정치적 야망을 가지고 있을 것이다.라고 생각한다(Q21).’였다. 이에 비하여 ‘나는 이재명은 도덕성이 높을 것 같다.라고 생각한다(Q2). 나는 이재명은 노동 및 인권 변호사의 이미지로 높이 평가 된다.라고 생각한다(Q1). 나는 이재명은 명확한 입장과 주관, 뚜렷한 원칙과 가치관을 가지고 있다.라고 생각한다(Q19).’에 대해서는 높은 부정적 의견을 보였다. 제3 유형이 한결같이 비판을 제기하는 화두가 ‘복지 포퓰리즘’이다. 이지사는 서민을 겨냥한 복지를 내세워 현실성을 외면하고 일반 대중의 인기에만 영합해서 국민을 선동한다는 판단이다. 국가재정은 고려하지 않고 본인의 정치적 야망을 위하여 인기 영합주

의적 공약만 남발하는 것을 경계해야 한다는 것이다. 이들이 이러한 의견을 보인 이유로 “이지사의 정책들은 얼핏 보기에는 좋은 정책 같지만 그 정책을 시행하려면 엄청난 재원이 필요할 것이고 이것은 국민들의 부담으로 다가 올 것이다.”라고 하였다. 또한 “정책을 추진하기 위한 재원으로 증세를 이야기 하고 있지만 증세에 대한 납세자들의 저항 역시 만만치 않을 것이기 때문에 정책 실행 가능성이 낮다고 본다”라고 밝혔다. 따라서 이러한 특징에 근거하여 제3유형을 ‘정치적 야망을 달성하고자 하는 포퓰리스트’로 명명하였다.

표 5. 각 유형별 아이겐 값과 변량

	유형1	유형2	유형3
아이겐 값	8,6957	3,8441	1,4088
변량	.4348	.1922	.0704
누적변량	.4348	.6270	.6974

표 6. 각 유형별 긍정적/부정적 동의를 보인 진술문

유형	Q-진술문	표준점수
제1유형	Q13 나는 “이재명은 기득권을 타파하고 차별과 권위주의를 거부하는 이미지다.” 라고 생각한다.	1.68
	Q19 나는 “이재명은 명확한 입장과 주관, 뚜렷한 원칙과 가치관을 가지고 있다.” 라고 생각한다.	1.50
	Q32 나는 “이재명은 본인이 흡수저출신, 장애인이라는 점과 특유의 명백하고 확실한 발언을 바탕으로 서민층, 신좌파층에게도 지지를 얻고 있다.” 라고 생각한다.	1.40
	Q6 나는 이재명은 좌파 사회주의 경제정책을 추구한다.라고 생각한다.	-2.02
	Q28나는 이재명은 정치적인 야망을 달성하고자 대중의 인기에만 영합하려는 시책을 신봉하는 이미지가 강하다. 라고 생각한다.	-1.99
	Q12 나는 이재명은 온순하고 인자한 이미지를 가지고 있다. 라고 생각한다.	-1.78
	제2유형	Q23 나는 “이재명은 탁월한 행정 능력을 갖췄다.라고 생각한다.
Q29 나는 “이재명은 성남시장 재임 기간동안 각종 장안의 화제가 되는 복지정책들을 실시하여 자신만의 정치브랜드를 확보하는 데 성공했다.” 라고 생각한다.		1.80
Q15 나는 “이재명은 실행력과 추진력을 겸비한 리더이다.” 라고 생각한다..		1.53
Q28 나는 “이재명은 정치적인 야망을 달성하고자 대중의 인기에만 영합하려는 시책을 신봉하는 이미지가 강하다.” 라고 생각한다.		-1.81

제3유형	Q10.나는 “이재명은 겸손한 리더의 이미지를 가지고 있다.” 라고 생각한다.	-1.69
	Q30. 나는 “이재명은 이분법적 사고가 지나쳐 다른 의견에 대해서는 극단적인 배타성을 보인다.” 라고 생각한다.	-1.64
	Q29. 나는 “이재명은 정치적인 야망을 달성하고자 대중의 인기에만 영합하려는 시책을 신봉하는 이미지가 강하다.” 라고 생각한다.	1.68
	Q31. 나는 “이재명은 자기를 지지하는 진영 쪽 사람들이 듣고 싶어 하는 말을 잘 짚어내어 대중의 언어로 풀어내는 능력이 뛰어나다.” 라고 생각한다.	1.50
	Q21. 나는 “이재명은 경기도지사 이후 대통령선거출마 같은 더 큰 정치적 야망을 가지고 있을 것이다.” 라고 생각한다.	1.40
	Q2. 나는 “이재명은 도덕성이 높을 것 같다” 라고 생각한다.	-2.02
	Q1. 나는 “이재명은 노동 및 인권 변호사의 이미지로 높이 평가 된다.” 라고 생각한다.	-1.99
	Q19. 나는 “이재명은 명확한 입장과 주관, 뚜렷한 원칙과 가치관을 가지고 있다.” 라고 생각한다.	-1.78

V. 토의

연구 결과 이재명 경기도지사에 대한 개인의 관점은 뚜렷한 원칙과 추진력 있는 개혁가, 실행력 있는 실용적 정책가, 정치적 야망을 달성하고자 하는 포퓰리스트의 3 가지 유형으로 나타났고 이들의 특징은 다음과 같다.

먼저, 제1유형이 이지사를 뚜렷한 원칙과 추진력 있는 개혁가로 보는 것은 (Q13), (Q19), (Q32)이 결합되어 기존 기득권층에 대항하는 ‘새로운 리더’ 라는 구조를 드러내 준다. 반면에 (Q6), (Q28), (Q12)라는 의견은 개혁가라는 인식과 동떨어졌다하겠다. 그리고 제2유형은 (Q23), (Q29), (Q15) 등에서 나타나듯이 실용주의적 정책가 면목을 갖췄다고 보고 있고 (Q28), (Q10), (Q30) 등에서 나타나듯이 포퓰리스트로 보는 시각에는 강한 반감을 들어낸다. 마지막으로 제3유형은 (Q29), (Q31), (Q21) 등에 강한 긍정을 하고 있어 이지사를 본인의 정치적 야망을 위하여 인기 영합주의적 공약만 남발하는 이로 바라보고 있다는 것을 알 수 있었다. 오늘날 선거에서는 커뮤니케이션의 영향력이 커짐에 따라 정당 선호도나 공약이 선거결과에 미치는 영향력이 낮아지고

후보자의 이미지 요인이 높아지는 현상이 두드러지고 있다[38][39]. 이러한 이미지 구성 하부 요인인 인품과 능력이 후보에 대한 호감도를 결정하는 데 어떤 방식으로 기여하느냐는 중요한 문제일 것이다[21]. 이재명 경기도지사의 이미지에 대한 각 유형별 탐색과정을 살펴본 결과 제1, 2 유형에서는 행정능력에 대한 진술문에 전반적으로 표준점수가 높게 나온 것은 선거 초반에는 인품 요인이 중요하지만 선거 후반으로 갈수록 능력 요인이 중요해진다고 밝히고 있는 기존의 연구와 일치한다[40]. 반면에 제3유형에서는 이지사의 인품에 관한 진술문에서 표준점수가 낮게 나온 것은 후보에 대한 호감도 형성에 있어 인품 요인이 상대적으로 중요하다고 보고한 기존의 연구와 맥을 같이 한다고 하겠다[41]. 특히 제1, 2유형에서 인품과 관련된 진술문에 그다지 긍정적으로 반응하지 않았고, 제3유형에서는 인품과 관련된 진술문에 강한 부정의 반응을 했다는 것은 첫째 우리나라 정치인에 대한 국민의 일반적인 인식과 무관하지 않은 것으로서, 우리 사회에서 유권자가 바라는 정치지도자의 기준이 어디에 있는지를 알 수 있는 결과이고, 둘째 아직까지는 우리나라 유권자들이 정치지도자는 공인이지만 여전히 친근감이나 도덕성 같은 인간관계 요인을 더 우선시한다는 것을 보여주는 결과라 하겠다[21]. 그러나 이지사는 선거 운동 기간 내내 SNS내에서 그를 곤혹스럽게 한 여배우 스캔들과 막말 논란을 딛고 여유 있게 상대 후보들을 따돌리고 경기도지사에게 당선되었다. 이와 같은 결과는 SNS 여론이 오프라인 여론 형성에 영향을 미치지 못했고, 그것은 스캔들에도 불구하고 성남시장 재임기간에 거둔 성과가 매우 비중 있는 역할을 했고 이제 한국유권자의 후보자 선택도 후보자의 능력위주로 변화하고 있다고 추측해 볼 수 있다[42]. 제1유형에서 보인 이지사의 이미지는 IMF를 거치면서 양극화와 불평등이 심화된 현재의 불공정한 사회 시스템을 고칠 수 있는 적임자라고 생각하고 있다. 이와 같은 결과는 시련과 도전의 인생사와 성남시장 재임 시절 중앙 정부와 경기도의 반대 속에서도 청년 배당, 무상교복, 산후조리비 지원 정책 등을 추진하면서 보여준 원칙과 추진력이 매우 비중 있는 역할을 했을 것이라고 해석 된다. 또한 이와 같은 원칙과 추진력을 원동

력으로 삼아 기존 권위주의적 정치세력에 식상한 유권자들에게 더 나은 정책서비스 및 리더십을 제공함으로써 충성도 높은 지지자를 확보하였다고 볼 수 있다. 제2유형은 이지사가 가진 정치철학을 좌파와 우파, 진보와 보수로 구분하기보다는 합리적이고 유연한 마인드를 가진 실용적 인물로 인식하고 있었다[43]. 이는 자신의 가치를 극대화하기 위해서 먼저 유권자의 만족도를 높이는 정책들에서 살펴 볼 수 있다. 예컨대 이지사의 전매특허가 된 무상복지정책들에서 기존의 정치인들과는 다르게 사회변화에 따른 사회문제를 인식하고 해결할 수 있는 실천적 능력과 서비스마인드를 가지고 있는 정치인으로서의 독특성을 보여주고 있다는 것이다. 특히 성남시장으로서 보여준 실천적 능력과 서비스마인드는 새로운 실사구시적 이미지의 정치인으로 부각되었다. 또한 이와 같은 결과는 본인의 정책과 업적을 대중들에게 적극 노출시킨 것이 적잖이 주요했다. 실제 이지사는 소셜 네트워킹 서비스(SNS)를 활용하여 유권자들과 가장 활발하게 소통하는 정치인 중 한 명이다. 예컨대 성남시장 재임 시절 SNS를 통하여 시정 현안을 홍보하고 제기된 민원을 실시간으로 처리하는 등 시민들의 행정서비스 만족도를 높이면서 본인의 행정능력을 유권자들에게 각인시켰다. 제3유형은 이지사는 진보적 정책을 추진하여 대중적 인기를 끌고 있지만, 실질적 문제해결보다는 선명성, 화제성, 인지도를 높여 자신의 정치적 야망을 달성하려는 포퓰리즘 정치인이라고 주장하는 유형이다. 이들은 이지사는 전체주의적이고 이분법적 사고로 사회를 혼란스럽게 만들고, 경기대침체로 인한 유권자들의 불안과 기득권층에 대한 불만을 효과적으로 활용한다는 것이다[44]. 또한 현재 이지사의 이미지는 한국정치의 특징들인 ‘인물주의’ 및 ‘인기영합주의’의 반복이자 대중 최우선주의를 기반으로 한 대중 선동이라고 보고 있다. 결국 이러한 정치는 오히려 한국이 당면한 여러 가지 갈등 구조를 더욱더 심화시킬 수밖에 없다고 주장하였다. 신자유주의적 자본주의에서 기인한 공적 영역의 위기, 사회 안전망 부실 등의 한국사회 현안과 쟁점에 대한 대책은 공익적 가치의 사회경제정책 실행이다. 그러나 제3 유형은 시혜적 관점에서 출발한 낙인에서 탈피하지 못하고 증세

등의 급진적 문제 해결에 대한 막연한 두려움을 가지고 있기에, 이지사에 대한 배척적·적대적 태도를 보이고 있다. 따라서 이지사는 향후 보수 진영으로의 확장성을 갖춘 인물이라는 이미지를 차근차근 쌓아 가는데 주력해야 할 것이다.

VI. 결론

이 연구는 한국의 유권자들이 정치인을 어떻게 지각하느냐에 관한 연구로써, 각 유권자들 간에 이재명 경기도지사에 대하여 가지는 인식을 전형화한 연구이다. 본 연구에서는 이재명 경기도지사 인식에 대한 3개의 유형이 도출되었는데, 제1유형으로 뚜렷한 원칙과 추진력 있는 개혁가, 제2유형으로 실행력 있는 실용적 정책가, 제3유형으로는 정치적 야망을 달성하고자 하는 포퓰리스트로 분류되었다. 이 연구는 다음과 같은 한계를 가지고 있다. Q표본 추출과정에서 연구자의 한쪽으로 치우친 의견을 줄이기 위하여 무작위로 표본을 추출하였으나, 이것은 표본 크기에 대하여 자의적 결정을 해야 함과 동시에 Q모집단의 본질에 관한 중요한 정보를 간과하게 되는 것이다[33]. 따라서 모집단을 구축할 때 입수했던 정보를 이용한 보강된 후속 연구를 기대한다.

참고 문헌

- [1] 김진영, “후보자 이미지 형성에 관한 미디어이 차별적 효과와 미디어 이용, 대인커뮤니케이션, 투표참여 간의 상호관계에 관한 연구,” 한국언론정보학보, Vol.32, pp.113-146, 2006.
- [2] 박정의, 김진국, “언론인의 여성 정치인에 대한 인식연구: 인천, 경기 지역 언론인을 중심으로,” 커뮤니케이션학연구, Vol.18, No.3, pp.35-54, 2010.
- [3] 설진아, 김활빈, “대중매체의 후보이미지 형성 및 유권자의 투표행위에 관한 연구,” 한국언론학보, Vol.52, No.2, pp.328-352, 2008.
- [4] 김재범, 최민음, “정치인 이미지 구성 요인과 유권자의 투표 행위,” 광고연구, Vol.98, No.98, pp.154-183, 2013.
- [5] 이준용, “후보이미지의 정치적 영향력에 대한 사회인지론적 설명 : 15대 대통령선거를 중심으로,” 한국언론학보, Vol.43, No.2, pp.243-284, 1999.
- [6] 김혜성, “박원순 서울시장의 이미지에 대한 Q 방법론 연구,” 평화연구, Vol.20, No.1, pp.105-138, 2012.
- [7] 민영, “뉴스미디어, 캠페인 미디어, 그리고 정치 대화가 후보자 이미지와 정치적 의사결정에 미치는 영향,” 한국언론정보학보, Vol.44, No.4, pp.108-143, 2008.
- [8] 이강형, “대통령 후보의 텔레비전 토론이 후보 이미지 변화에 미치는 효과: 제16대 대통령 선거 후보토론회 패널 조사 연구,” 한국언론학보, Vol.48, No.2, pp.346-473, 2004.
- [9] 최용주, “정치커뮤니케이션 관점에서의 정치스캔들과 미디어,” 언론과학연구, Vol.1, No.3, pp.205-237, 2001.
- [10] 노동렬, “신문의 선거보도 행태와 사진이미지 활용,” 한국콘텐츠학회논문지, Vol.12, No.8, pp.157-166, 2012.
- [11] 설진아, 김활빈, “대중매체의 후보이미지 형성 및 유권자의 투표행위에 관한 연구,” 한국언론학보, Vol.52, No.2, pp.328-352, 2008.
- [12] T. J. Johnson, A. M. Braima, and J. Sothirajah, “Doing the traditional media sidestep: Comparing the effects of the Internet and other nontraditional media with traditional media in the 1996 presidential campaign,” Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol.76, No.1, pp.99-123, 1999.
- [13] S. S. Sundar, S. Kalyanaraman, and J. Brown, “Explicating web site interactivity : Impression formation effect in political campaign sites,” Communication Research, Vol.30, No.1, pp.30-59, 2003.
- [14] A. H. Miller, M. P. Wattenberg, and O. Malanchuk, “Schematic assessment of political

- candidates," *American Political Science Review*, Vol.80, No.2, pp.521-540, 1986.
- [15] D. J. Boorstin, *The Image*, New York: Athbaum, 1961.
- [16] K. Boulding, *The Image*, Ann Arbor: University of Michigan Press, 1956.
- [17] W. Lippmann, *Public Opinion*, New York: Macmillan. McCroskey, J. C., 1961.
- [18] T. E. Patterson, *Out of Order*, New York: Knopt, 1993.
- [19] M. P. Wattenberg, *The Rise of Candidate-centered Politics*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1991.
- [20] D. Nimmo and R. Savage, *Candidates and their Image : Concepts, Methods, and Findings*, Santa Monica, CA: Goddyear, 1976.
- [21] 김현주, "대통령 후보에 대한 이미지 형성과 커뮤니케이션," *한국방송학보*, Vol.12, pp.45-74, 1997.
- [22] G. N. Garramone, "Issue versus image orientation and effects of political advertising," *Communication Research*, Vol.10, No.1, pp.59-76, 1983.
- [23] J. C. McCroskey, P. R. Hamilton, and A. N. Weiner, "The effect of interaction behavior on source credibility, homophily, and interpersonal attraction," *Human Communication Research*, Vol.1, No.1, pp.42-52, 1974.
- [24] L. Shyles, "The relationships of images, issues and presentational methods in televised spot advertisements for 1980's American Presidential Primaries," *Journal of Broadcasting*, Vol.28, No.4, pp.405-421, 1984.
- [25] 이준웅, "텔레비전 토론의 정치적 영향력: 제15대 대통령 선거를 중심으로," *한국방송학보*, Vol.12, pp.253-297, 1999.
- [26] D. K. Davis, "Issue information and connotation in candidate imagery: Evidence from a laboratory experiment," *International Political Science Review*, Vol.2, No.4, pp.461-479, 1981.
- [27] H. K. Kim, "Q Methodology and Creation of Advertising Message," *Operant Subjectivity*, Vol.20, pp.28-29, 1997.
- [28] 김홍규, *Q방법론: 과학철학, 이론 분석 그리고 적용*, 커뮤니케이션북스, 2008.
- [29] 김홍규, "Q방법론의 유용성 연구," *주관성 연구*, Vol.1, pp.15-23, 1999.
- [30] 윤은자, 김현정, 전미순, 윤정아, "연명치료에 대한 일반인과 의료인의 인식 비교," *주관성 연구*, Vol.25, pp.21-34, 2012.
- [31] 전미영, 김명희, 조정민, "노화에 대한 주관성 연구: 코오리엔테이션의 시각," *주관성연구*, Vol.14, pp.129-145, 2007.
- [32] 양창훈, 이재영, "Q방법론을 활용한 공직선거 광고의 주관적 수용인식 유형," *한국콘텐츠학회논문지*, Vol.13, No.1, pp.115-126, 2013.
- [33] 안이수, "성소수자에 관한 주관성 연구 : Q방법론적 접근," *한국콘텐츠학회논문지*, Vol.18, No.1, pp.527-539, 2018.
- [34] G. C. Thompson, *The evaluation of public opinion. In B. Berelson, & M. Janowitz (Eds.), Reader in public opinion and communication, (2nd ed.)*, New York: The Free Press, 1966.
- [35] http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201601231719221#csidx10ea61028062055a613afe2f894cac3
- [36] http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201702132210015&code=910100#csidx0c589ce51cd9129af1620641a07cca4
- [37] http://www.hani.co.kr/arti/society/society_general/841602.html#csidxbb2c69f96313d41a390e708899d34dc
- [38] T. M. Harrison, D. Timothy, S. W. Husson, and B. J. Fehr, "Images Versus Issues in the 1984 Presidential Election Differences Between Men and Women," *Human Communication Research*,

Vol.18, No.2, pp.209-227, 1991.

- [39] P. S. Tuckle and F.Tejera, "Changing Patterns in American Voting Behavior, 1914 - 1980," Public Opinion Quarterly, Vol.47, No.2, pp.230-246, 1983.
- [40] M. Pfau, T. Diedrich, K. M. Larson, and K. M. Van Winkle, "Relational and competence perceptions of presidential candidates during primary election campaigns," Journal of Broadcasting & Electronic Media, Vol.37, No.3, pp.275-292, 1993.
- [41] Sidney Kraus, "Winners of the First 1960 Televised Presidential Debate Between Kennedy and Nixon," Journal of Communication, Vol.46, No.4, pp.78-96, 1996.
- [42] http://www.ohmynews.com/NWS_Web/view/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002446254
- [43] 임순미, "정치인의 이미지 프레이밍-안철수에 대한 보도 양태 분석," 현대정치연구, Vol.5, No.2, pp.5-42, 2012.
- [44] 존 주디스, *포퓰리즘의 세계화*, 매디치미디어, 2017.

저 자 소 개

안 이 수(Lee-Su Ahn)

정회원



- 2009년 2월 : 고려대학교 보건학 박사
- 2012년 3월 ~ 현재 : 신한대학교 공공행정학과 부교수

<관심분야> : 사회정책