

김정은의 이미지 관리 전략 『노동신문』 '1호 사진'을 중심으로

변영욱(동아일보)

김정은이 북한을 통치하기 시작한 지 20개월이 지났다. 우리는 북한 사진을 조작과 선전 선동에 불과한 것으로 치부해버리는 경향이 있지만 북한은 체계적이고 전략적인 방법으로 최고지도자의 이미지를 관리하고 있다. 김정은 사진은 김정은의 실질적 모습을 보여주기도 하지만 동시에 그것은 가치가 개입된 정치적 과정으로서 자신의 이미지에 대한 김정은 스스로의 의지가 반영된 것이다.

2012년 1월 1일부터 2013년 5월 31일까지 북한 『노동신문』에 게재된 김정은 사진 전체에 대한 내용 분석을 하였다. 변수로는 주제, 빈도, 표정, 시선, 쇼트(shot)의 크기, 출처를 살펴보았다. 북한 조선중앙통신은 『노동신문』에 게재되는 사진을 전 세계로 전송하는데 이렇게 수신한 고해상도의 사진도 추가적으로 활용하였다.

김정은은 할아버지 김일성의 외모를 차용한 이미지 연출을 하는 데 그치지 않고 북한의 매스미디어에 대한 독점권을 적극 활용해 3대 세습의 정당성을 확보하려고 하고 있다. 집단 정체성을 강조하는 사진을 반복적으로 보여줌으로써 새로운 수령의 존재를 기정사실화하고 있으며, 젊다는 점을 활용해 많은 행사를 열고 거기에 참여함으로써 인지도를 높이고 있으며 국제 사회의 시선까지 고려한, 정교한 홍보활동을 펼치고 있다.

주제어: 북한 사진, 1호 사진, 김정은, 비주얼 이미지, 이미지 관리, 시각적 의제설정 이론, 정치 커뮤니케이션, 비주얼 커뮤니케이션

1. 연구 배경 및 목적

북한 김정은은 2011년 12월 갑작스러운 김정일의 사망 이후 3대 세습을 시작하였고 2013년 8월 31일까지 현재까지 약 20개월이 지났다. 북한은 김정은 체제 출범 후 지속적으로 많은 숫자의 김정은 사진을 생산해, 북한 내부적으로는 주민들에게 보여주고 대외적으로 한국을 비롯한 국제 사회에 배포하고 있다. 북한에서 최고지도자의 사진은 허락된 소수의 카메라맨에 의해 촬영되어 검열을 받는다. 국가의 통제 속에서 촬영된 사진은 정치적 그리고 외교적 목적에 부합되며 이런 목적에 적합해야만 공표 및 배포가 가능하다. 신문과 방송에는 같은 커트(cut)의 사진이 사용되며 조선중앙통신은 북한 내부의 『노동신문』을 비롯한 신문과 방송에서 이미 사용된 사진을 연합뉴스와 AP, AFP 로이터 통신 등을 통해 외부세계에 제공한다. 한국의 신문사들은 주로 북한 조선중앙통신이 배포하는 고해상도의 사진을 연합뉴스를 통해 수신해 지면에 게재하고 있다. 북한 이미지 정치의 대상이 북한 내부의 주민에만 한정되지 않고 글로벌 시대를 맞아 국제 사회 전체가 북한의 이미지 정치의 대상이 되고 있다. 우리가 일상적으로 보는 김정은 사진이 북한 내부의 선전·선동 시스템의 결과물과 동일하다는 점에서 북한 사진에 대한 관심과 연구는 불가피하다고 할 수 있다.

북한 내부적으로 매스미디어에 최고지도자의 사진과 영상이 빈번하게 등장한다는 점에서 북한 정치 커뮤니케이션에서 사진은 중요하 요소임에 틀림없지만, 북한의 정치 사진이라는 현상을 설명하는 연구 작업이 거의 없다는 것은 흥미로운 점이 아닐 수 없다. 몇몇 연구들은 북한이 수령중심체제를 정당화하고 안착화하기 위해 어떤 언론 정책을 펴왔는지에 대해 기술한다. 그러나 북한의 이미지 정책에 대한 연

구는 없을 뿐만 아니라 이상화 또는 상징체제에 관련된 연구도 몇 편에 지나지 않는다. 사진을 비롯한 시각 이미지가 갖고 있는 모호성과 북한 시각 이미지에 대한 근본적 불신 그리고 선전·선동과 커뮤니케이션을 구분하려는 학계의 태도 등으로 인해 북한의 이미지 정치에 대한 관심은 그리 많지 않았다. 이 연구는 북한의 언론이 북한체제가 처한 대내외적 상황에 대응하는 과정에서 최고지도자의 이미지를 관리해오고 있다는 입장을 견지한다.

북한의 정치 사진이 북한 주민들에게 어떤 효과를 미치는지에 대한 실질적 측정은 불가능하다. 하지만 최고지도자의 이상화를 위한 상징체제가 어떤 방식으로 이뤄지는지, 상징체제 제작자들이 지향하는 방향은 무엇인지는 북한이 공식적으로 내놓은 사진에 대한 내용 분석을 통해 파악할 수 있다. 또한 같은 사진들이 전 세계로 퍼져 사용되고 있다는 점에서 북한의 이미지 정치 현실을 파악하는 것은 중요한 의미를 갖는다.

이러한 목적에서 먼저 북한 ‘1호 사진’의 사회적 기능과 의미를 규명하고 김정은은 어떤 형식의 영상 이미지(visual image)와 영상 커뮤니케이션(visual communication) 구조를 만들어 자신의 체제를 정당화하고 확대재생산하고 있을까? 하는 점을 추적해보고자 한다.

2. 이론적 배경

1) 김정은 체제 출범의 특징

김정일의 갑작스러운 죽음은 북한체제에 위기 요인이었다. 1970년

대 유일사상체계가 세워지면서 후계자론이 확립되었고, 이에 따라 김정은의 세습은 어느 정도 정당성을 갖고 시작하였다고 볼 수도 있지만 세습의 이론화가 곧바로 세습의 정당화로 완벽하게 이어질 수는 없다는 점에서 김정일의 죽음과 김정은의 등장 과정에서 북한은 체제 유지라는 전략적 과제를 고민하게 된다.

김정은의 권력 승계는 김정일 시대와는 다른 조건에서 이뤄지고 있다.金正은 시대는 과거와 비교해 세 가지 차이점이 있다.

첫째, 권력 승계 준비기간이 짧다는 점이다. 김정일은 1973년 당 조직부와 선전·선동부를 장악하고 1974년 정치국원에 임명됨으로써 내부적으로 후계자로 결정되었고, 6년간의 검증기간을 거쳐 1980년 당 정치국 상무위원과 당 중앙군사위원회 피선됨으로써 공식적 후계자임이 대외적으로 공표되었다. 군 관련 직책은 1990년대에 들어 맡았는데 1990년 국방위원회 제1부위원장, 1991년 최고사령관, 1992년 공화국 원수, 1993년 국방위원장에 취임했다. 반면 김정은은 2009년 1월 후계자로 내정된 이후 21개월간 대외적으로 비공개 활동을 하다가 2010년 9월 당 중앙군사위 부위원장과 당 중앙위원, 그리고 인민군 대장 등 공식 지위에 선출되었다. 김정은의 경우 김정일에 비해 공개 시 나이(38세 대 28세)도 어리고, 후계검증 기간(6년 대 21개월)도 너무 짧았다.¹⁾ 김정일은 김일성으로부터 권력을 승계 받는 과정에서 그 나름대로 긴 준비기간이 있었던 만큼 매스미디어는 김정일의 활약상을 단계적이고 점증적인 방식으로 보여주는 것이 가능했다. 그런데 김정은 정권은 짧은 준비기간을 거친 후 출범했으며 준비기간에 3대 세습의 정당성을 확보할 만한 정치적 성과도 많지 않았다. 이것은 북

1) 김갑식, “김정은 정권의 출범과 정치적 과제,” 『통일정책연구』, 제21권 1호 (2012).

한의 위기 요인이며 이미지 관리 주체들에게는 새로운 숙제가 되고 있다.

둘째, 김정은의 신체조건이 아버지와 다르다는 점이다. 자신이 갖고 있는 신체적 강점과 약점을 분석하는 것은 이미지 관리 전략의 첫 번째 단계라고 할 수 있다. 김정일의 경우 1980년 10월 12일 자 『노동신문』 2면 ‘조선노동당 제 6차 대회 주석단’ 사진을 통해 처음으로 얼굴을 알리긴 했지만 김일성 사망 때까지 ‘주인공’으로 『노동신문』 1면에 얼굴을 비춘 적이 없다.²⁾ 김정일이 실질적인 최고지도자의 이미지를 갖기 시작한 것은 김일성의 3년상(喪)이 끝난 1997년부터이고 그의 나이는 이미 환갑을 앞둔 시점이었다. 이에 비해 김정은은 서른살이 안 되는 젊은 시점부터 매스미디어에 얼굴을 드러냈다. 김정은은 젊으며 아버지 김정일처럼 아프지도 않다. 젊다는 점은 경험이 부족하고 정치적 성과가 없다는 점을 의미하기도 하지만 또 한편으로는 에너지가 넘친다는 것을 의미하기도 한다. 김정은이 김일성의 외모와 닮았다는 점 이외에 젊고 활기찬 모습을 보여줄 수 있다는 점은 김정일과 다른 이미지 관리가 가능하다는 것을 의미한다.

셋째, 글로벌 시대로의 편입이다. 북한은 이미 현대 사회에 편입해 있다. 북한에서 일어나는 일은 북한이 원하건 원하지 않건 곧바로 국제 사회로 전달될 수 있으며 북한 역시 국제 사회와의 관계를 의식할 수밖에 없는 상황에 있다. 북한 내부적으로도 이미 한국의 드라마와 외국 영화가 유통되고 있고 북한 사람들의 ‘보기’ 습관이 예전과 달리 변하고 있다. 현재 시점의 북한 주민의 감수성이 이전과 다르다는 것은 최고지도자를 주민들에게 보여주는 방식이 이전과는 달라야 한다

2) 변영욱, 『김정일.JPG』(서울: 한울, 2008), 18쪽.

는 과제를 남긴다.

북한의 고민은 여기서 시작된다고 할 수 있다. 체제의 상징인 최고 권력자의 교체 후 상징적 질서를 재구조화함으로써 김정은의 존재를 숙고하게 만들어야 하는 정치적 과제와 짧고, 후계 수업 기간이 짧은 한계 사이에서 북한은 어떤 고민을 하였을까? 미디어가 권력에 독점되어 있는 환경은 어떤 역할을 하고 있을까? 김정은의 정체성을 형성하기 위해 북한 선전·선동 담당자들이 어떤 방식을 사용했는지에 대해 탐색적 연구를 해보았다.

2) '1호 사진'의 중요성

북한의 언론학 교과서는 최고 정치지도자의 사진을 '영상사진'이라고 한다.³⁾ 그러나 탈북자들의 증언에 따르면 주민들은 보통 '1호 사진'이라고 부른다. 김일성과 김정일이 독점적으로 사용하는 도로를 '1호 도로'라고 하거나 전용열차를 '1호 열차'라고 부르는 것과 같은 맥락이다.⁴⁾ 북한 문학은 역사와 신화를 쓰기 때문에⁵⁾ 프로파간다(propaganda)와 예술 사이에서 줄다리기를 하지 않는다고 한다. 북한의 언론 역시 정치적 활용에 대해 사회적으로 이미 합의가 된 상태이다. 북한에서 '1호 사진'은 체제 안정화의 도구로 사용된다. 김정은 시대의 북한은 기념사진을 '사랑의 기념사진'⁶⁾이라고 부르며, 기념사진을

3) 엄기영, 『신문학개론』(평양: 김일성종합대학출판사, 1989); 김영주, 『현대북한언론연구』(서울: 경남대학교출판부, 1998), 307쪽에서 재인용.

4) 변영옥, "북한 '1호 사진'의 변화"(북한대학원대학교 석사학위논문, 2007), 4쪽.

5) 이지순, "김정은 시대 북한 시의 이미지 양상," 『현대북한연구』, 제16권 1호(2013), 256쪽.

6) 『노동신문』, 2012년 7월 15일.

함께 찍는 노동자 군인들은 최고지도자로부터 큰 선물을 받은 것으로 간주해 이를 액자로 만들어 집 안과 공장 사무실의 중요한 곳에 부착해 놓는다.⁷⁾ 탈북자 박현국(가명, 남성, 43세)⁸⁾과 탈북자 김미성(가명, 여성, 44세)⁹⁾은 “‘1호 사진’을 갖고 있는 군인은 진급에 그리고 근로자는 직장을 옮기는데 유리하다”고 증언했다.

북한에서 ‘1호 사진’은 특별하게 관리해야 한다. 신문에 게재되는 ‘1호 사진’을 접는 과정에서 얼굴에 줄이 가지 않도록 유의해야 한다. 평양에서 발행되는 주간신문인 『문학신문』은 1면 중앙에 김정일 국방위원장 얼굴 사진을 가로 18cm 세로 25cm의 크기로 게재했다. 평소처럼 신문을 위아래로 접으면 김 위원장의 얼굴이 함께 접히게 되자 이를 피하기 위해 김 위원장의 사진 왼쪽과 오른쪽을 접어서 배달했다.¹⁰⁾

북한의 월간 화보 『조선』 2006년 6월호는 ‘평양 미산소학교에 재학 중이던 아홉 살 소녀가 2003년 1월 집에 불이 나자 불 속으로 뛰어들어 김 위원장의 초상화를 구하다가 희생됐다’는 미담 사례를 전했다. 그 후 학교명은 소녀 이름을 따서 ‘유향립 소학교’로 바뀌었으며 이 소녀의 동상까지 세워줬다.

2003년 대구 유니버시아드대회에 참가한 북한 응원단이 김정일 국방위원장의 사진이 인쇄된 현수막이 비를 맞으며 국도변에 걸려 있는 것을 보고 울면서 항의한 것도 북한이 ‘1호 사진’을 어떻게 보는지를 증명하는 사건이었다.

7) 『노동신문』, 2012년 9월 5일.

8) 2006년 4월 연구자와의 인터뷰.

9) 2013년 2월 연구자와의 인터뷰.

10) 『문학신문』, 2005년 1월 8일.

북한 신문에 실리는 ‘1호 사진’은 1967년을 기점으로 이전과 비교해 독특한 형태를 갖추게 되는데 우선 시각적 효과가 증대되는 방향으로 전개되어 사진이 점차 넓은 지면 공간을 차지하였으며 게재 빈도도 늘어났다. 복수의 사진기자가 찍던 관행이 사라지고 중앙의 소수의 사진기자가 찍은 사진이 배포되는 방식으로 고착화되어왔다. 1967년은 김정일이 북한 정치에 등장, 김일성 유일사상 체계 강화를 위해 선전·선동의 중요 부문인 출판보도 분야를 장악하기 시작한 시점이다. 이렇게 정형화된 ‘1호 사진’은 피사체인 최고지도자의 위대성을 강조하는 방향으로 그 후 40여 년간 꾸준히 또는 강도를 더해가며 진행되어왔다. 김정일 시대의 ‘1호 사진’ 역시 김일성 시대의 ‘1호 사진’과 형식과 내용에서 약간의 차이만 있을 뿐, 큰 차이는 없었다.¹¹⁾

다만 2008년 김정일 건강 이상설이 불거진 후 북한은 정치적 위기를 극복하는 방법으로 다량의 사진을 게재하는 특수한 방식으로 신문을 제작했다. 희미해져 가는 존재라고 할 수 있는 김정일을 오히려 더 많이 등장시키는 방법을 택했다. 뇌졸중으로 추정되는 병마에서 어느 정도 회복한 김정일의 현지 지도 횡수는 날짜를 기준으로 보면 예전과 비교해 큰 차이가 없었지만 한번 등장할 때 많은 사진과 화면이 공개되는 현상이 벌어졌다. 『노동신문』에서 기사를 거의 신지 않고 김정일 사진으로 지면을 채우는 경우가 생겼고 당일 발행된 8개면 지면 전체를 김정일 사진으로 채우는 경우도 있었다.¹²⁾ 2008년 가을부터 시작된 ‘사진 쏘기’는 2009년, 2010년, 2011년 말까지 이어졌다. 2011년 12월 김정일의 사망 이후 김정일의 사진은 『노동신문』 지면에

11) 변영욱, “북한 ‘1호 사진’의 변화” 58~60쪽.

12) 변영욱, “김정일 건강이상설 이후 북한 ‘1호 사진’의 변화,” 『현대북한연구』, 제14권 2호(2011), 147쪽.

서 사라지기 시작했다.

3) 사진과 의제설정

미디어가 대중의 의제를 설정한다는 주장은 지난 40여 년간 커뮤니케이션 연구에서 잘 정리되어왔다.¹³⁾ 의제설정은 미디어가 중요하다고 보도한 뉴스를 뉴스 소비자들이 또한 가장 중요한 이슈로 받아들일 때 발생한다. 예를 들어 많은 연구들은 TV 시청자들이 자신들이 살고 있는 도시에서 범죄가 가장 시급한 문제라고 인식하는데 그것은 범죄 뉴스가 TV 뉴스에서 가장 많이 나오기 때문이다.

시각적 의제설정은 의제설정 연구에서 새롭게 떠오르는 분야이다. 의제설정에서 시각물이 갖는 효과에 대한 연구 중 한 가지는 사진의 크기가 독자들의 이슈 중요성 인식에 영향을 미친다는 결과를 보여준다. 완타(Wanta)는 신문에서 보도사진이 크게 실릴수록 독자들은 보도사진과 관련된 특정 이슈를 매우 중요하게 생각한다는 연구 결과를 의제설정 이론을 이용하여 규명하였다. 완타는 텍사스대학교 재학생 66명을 대상으로 한 실험 연구를 통하여 신문 지면에서 보도사진의 역할은 첫째, 기사만 있는 단순하고 무료한 지면에서의 큰 보도사진은 독자들의 눈을 즐겁게 해주는 역할을 하고, 둘째 큰 보도사진은 신문에서 큰 지면을 차지하여 독자들의 큰 관심을 불러일으키며, 셋째, 신문이 특정 이슈에 관한 큰 보도사진을 실을 경우 독자들은 사진의 크기에 따라 평소 중요하게 생각해왔던 문제보다 특정 보도사진과 관련

13) S. Iyengar and R. Kinder, *D. News that matters: Television and American opinion*(Chicago: University of Chicago Press, 1987); M. McCombs and D. Shaw, "The agenda setting function of mass media," *Public Opinion Quarterly*, 36(1972).

된 이슈를 더 중요하게 여기는 경향이 있는 것으로 결론지었다.¹⁴⁾

‘정치가 담화(politics is talk)’이고 이에 따라 ‘누가, 무엇을, 언제, 왜 그리고 어떻게 획득하는가’라는 차원에서 볼 때, 소통은 정치에 있어서 핵심적인 요소임에 틀림없다. 정치 과정에서 전달자가 수신자에게 어떻게 그리고 어떤 취지를 가지고 전달하는가가 중요한 문제로 대두되며, 동시에 수신자 역시 전달자의 의미를 제대로 이해하는 것이 중요하다.¹⁵⁾ 최고지도자 사진의 주제가 어떤 것인가는 정치인으로서의 지도자가 어떤 이슈를 선택하고 있는가를 보여주는 분석 유목(類目)이라고 할 수 있다. 최영재는 정치인이 특정 이슈를 선택하고 강조함으로써 궁극적으로 정치적 이미지를 고양시키는 것은 전통에 가까운 이슈 관리 전략에 해당한다고 보았다.¹⁶⁾

현대 사회는 테크놀로지의 발달로 커뮤니케이션의 방법과 채널이 다양해지고 있다. 또한 이미지를 통해 메시지가 전달되는 빈도가 늘어났다. 사진과 영화 등은 현대 사회를 살고 있는 우리가 태어나서부터 죽을 때까지 따라 다닌다. 사진과 영화는 우리의 기억에서 중요한 역할을 하며 우리가 과거를 어떻게 생각하는지에 대해 영향을 미친다. 이미지는 언젠가 어디에선가 있었던 일을 증명하는 증거로 받아들여지며 따라서 사진은 기억을 만들거나 재구성(making and remaking memories)하는 데 적합하다. 현대 정치에서는 대중매체를 통해 생성되는

14) W. Wanta “The effects of dominant photographs: An agenda setting experiment,” *Journalism Quarterly*, 65(1)(1988); 임양준, “대선후보 보도사진에 대한 공정보도 비교연구: 제17대 대통령선거를 중심으로,” 『커뮤니케이션학 연구』, 제17권 2호(2009), 36쪽에서 재인용.

15) 조현수, “상징과 정치: 민주주의체제와 전체주의 체제의 상징에 대한 비교분석,” 『한국정치연구』, 제19집 제3호(2010), 202쪽.

16) 최영재, “정치인의 이미지 관리: 언어 및 비언어 메시지를 중심으로,” 『한국언론학보』, 제50권 1호(2006), 385쪽.

정치인 이미지가 정치 전면에 부각되는 현상이 증가하고 있다. 정치인 이미지는 핵심 관리 대상이 되었으며, 언론 및 여론에 대처하는 능력은 정치적 성공을 위한 필수 조건¹⁷⁾이 되었다. 마정미와 천현숙은 “현대정치는 미디어의 매개로 구성되는 미디어 정치(media politics)라고 해도 과언이 아니다. 1970년대 이후 미디어는 정치 커뮤니케이션에 있어서 중요한 축으로 변화하고 있으며 매스미디어를 통한 이미지의 영향력은 광범위하게 확산되면서 마치 이미지가 정치의 모든 것처럼 되어버리는 이미지 정치(image politics)를 만들어내고 있다”고 말했다.¹⁸⁾

정치인이 대중매체 속에서 어떻게 그려지느냐 하는 것은 여론에 영향을 미친다. 이미지 정치의 핵심으로는 비주얼을 활용한 이미지 만들기가 있다. 최영재는 이미지 정치의 또 한 가지 특징으로 “이미지를 형성하는 축이 언어적 메시지에서 비언어적 메시지로 이동하는 현상이 발생하고 있다”¹⁹⁾고 지적했다.

3. 연구 문제

이 연구는 북한 김정은이 체제를 안정화시키고 권력을 유지하기 위해 새로운 이미지 전략을 사용하는지, 사진은 어떤 역할을 하는지를 살펴보고자 하는 목적에서 기획되었다. 북한은 2011년 12월 김정일의 갑작스러운 죽음이라는 정치적 격변과 2012년 1월 김정은의 등장 이

17) 오창룡, “프랑스 사르코지 대통령의 이미지 정치와 위기 리더십,” 『한국정치연구』, 제21집 제2호(2012), 325쪽.

18) 마정미·천현숙, “18대 대통령선거 후보 이미지에 대한 대학생 유권자의 공유개념도: 은유추출기법(ZMET)을 적용하여,” 『광고연구』, 제95호(2012), 399쪽.

19) 최영재, “정치인의 이미지 관리: 언어 및 비언어 메시지를 중심으로,” 380쪽.

후 미사일과 핵 실험이라는 김정은 식(式) 정책 실현 과정에서 국제 사회의 다양한 압박이라는 위기 상황을 맞았다. 정치적 격변과 외교적 고립이라는 위기 상황에서 북한이 최고지도자의 이미지 관리 전략에 어떤 변화를 주고 있는지 살펴보겠다는 문제의식에서 출발하였다.

김정은의 나이가 어리다는 것이 단점으로 작용할 수도 있지만 젊음이라는 긍정적 요소로도 작용할 수 있다는 점 그리고 해외 유학생활동을 경험했다는 점에서 국제 사회의 시선을 의식한 이미지 전략도 있을 수 있다는 점을 고려하였다.

북한의 1호 사진은 제도화된 사진이라고 할 수 있으며 체제의 성격을 그대로 드러낸다. 이것은 1호 사진이 촬영자 개인의 해석이 아니라 정책적 판단 속에서 촬영되고 선별되어 배포되는 것이기 때문이다. 제도화된 사진의 특징은 체제의 특징이며 만약 사진에 어떤 형식적·내용적 변화가 있다면 이것 역시 제도의 변화를 반영하는 것이다.

김정은 이미지는 북한이 최고 권력자의 교체라는 위기 상황에서 북한이 어떤 적응을 하고 있는지를 보여주는 척도이다. 즉 적응의 방식이 이전과 같은가(continuity) 아니면 다른가(discontinuity)는 북한의 현재와 미래를 예측하는 데 중요한 힌트가 될 수 있다.

이 연구는 크게 두 가지 면에서 연구를 진행하고자 한다.

연구문제 1: 김정은 등장 이후 북한은 김정은의 어떤 이미지를 강조하고 있는가?

연구문제 2: 김정은의 등장 이후 북한은 어떤 방식으로 김정은을 보여주고 있는가?

‘연구문제 1’은 북한이 사진을 통해 김정은 시대를 어떻게 재구성하고 있는지, 즉 김정은 시대 시각 이미지(visual images)의 내용이 무엇인지를 탐색하는 것이라면 ‘연구문제 2’는 사진의 형식적 특징을 보는 것이다.

4. 연구 방법










이 연구는 북한이 내놓는 공식 사진에 대한 분석을 통해 북한의 전략이 무엇인지 그리고 지금 북한은 어떤 방향으로 가고 있는지에 대해 탐색적으로 분석한 것이다. 김정은이 북한의 정치 무대에 등장하는 과정에서 매스미디어가 어떤 역할을 하는지, 특히 김정은 체제의 안정과 권력의 정당화를 설득하기 위해 사진이 어떻게 작동하는지 살펴보기 위해서 연구자는 북한 신문에 나타난 김정은의 사진을 선택했다. 2012년 1월 김정은이 북한에서 최고 권력자의 자리에 오른 이후부터 2013년 5월 31일까지 북한 노동당 기관지이자 대표 신문인 『노동신문』에 실린 599장의 김정은 사진 전체를 분석 대상으로 삼아 내용 분석을 진행하였다.

측정 변수로는 사진의 주제, 게재 빈도, 등장인물의 숫자, 쇼트(shot)의 크기, 시선의 방향 등을 설정하였다.

1) 사진의 주제

‘1호 사진’을 내용에 따라 ‘초상사진’, ‘연설사진’, ‘외빈접견 기념사진’, ‘외빈접견 환담사진’, ‘인민·군인들과의 기념사진’, ‘투 쇼트(Two

<표 1> 사진의 주제별 분류

<p>① 초상사진</p> 	<p>② 연설사진</p> 
<p>③ 외빈접견 기념사진</p> 	<p>④ 외빈접견 환담사진</p> 
<p>⑤ 인민·군인들과 기념사진</p> 	<p>⑥ 투 쇼트(two shot) 사진</p> 
<p>⑦ 행사 사진</p> 	<p>⑧ 현지지도 사진</p> 
<p>⑨ 어린이들과의 기념사진</p> 	<p>⑩ 기타</p>

shot, 김정일과 함께 나오는 사진, ‘행사사진’, ‘연설사진’, ‘현지지도 사진’, ‘어린이들과의 기념사진’ 등 9가지의 유형으로 분류하였다(<표 1>). 사진의 주제를 살펴보는 것은 북한이 어떤 의제를 통해 김정은의 이미지를 구축하고 있는지를 측정할 수 있는 방법이다.

2) 게재 빈도

『노동신문』에 실린 사진 중에서 김정은의 얼굴이 포함된 사진만을 추출하여 빈도를 측정하였다. 빈도는 현저성(顯著性, sailence)의 정도를 측정할 수 있는 변수이며 동시에 미디어가 정치지도자의 모습을 반복적으로 노출시킴으로써 중요 의제로 설정하는 정도를 보여준다. 북한이 김정은을 부각시키기 위해 어느 정도로 자주 노출시키고 있는지를 보고자 하는 것이다.



3) 등장인물의 숫자

김영수는 사진 한 장에 등장하는 사람의 수에 따라 군중 사진, 미디어 사진, 희소 사진으로 구분했다(<표 2>). 사진 속에 포함된 모든 사람의 수를 기준으로 군중 사진은 15명 이상의 얼굴이 포함된 경우이며 미디어 사진은 5~14명, 희소 사진은 4명 이하로 구성된 경우이다.²⁰⁾

군중 사진은 전체 규모를 강조하는 사진이고 희소 사진은 개별적인 사례에 대해 관심을 갖는다는 것으로 해석할 수 있다. 하지만 북한

20) 김영수, 『기록자와 해설자: 조선일보와 뉴욕타임스의 사진 비교』(서울: 미디어 연구소, 2004), 33쪽.

<표 2> 등장인물의 숫자별 구분

군중 사진	미디어 사진	회소 사진
		


사진의 경우 이런 식의 구분이 의미가 없다. 대부분의 사진이 김영수의 분류법에 따르면 군중 사진에 포함되기 때문이다.

북한 김정은 사진에서 나타나는 특징은 등장인물의 숫자가 100명이 넘는 경우가 많다는 점이다. 수백 명이 등장하는 기념사진이 신문에 하루 10여 차례 이상씩 나오는 것은 다른 국가에서는 보기 어려운 특수한 형태이다. 등장인물의 숫자와 관련해서는 오히려 전체적인 등장인물의 숫자를 누계해보는 것이 북한 사진의 특징을 잘 보여줄 수 있다고 판단하였다. ‘인민·군인들과의 기념사진’ 및 ‘어린이들과의 기념사진’에 등장하는 인물의 숫자를 세어보았다. 촬영용 연단에 등장 인물들이 가지런하게 위치하기 때문에 복수로 등장하는 인물들이 있을 가능성을 배제하기 위해 간부들로 추정되는 맨 앞줄은 제외하였고 김정은을 중심으로 좌우 대칭형 배열이라고 가정하여 왼쪽의 인원수를 측정한 후 곱하기 2를 하고 다시 연단 세로 줄의 숫자를 세어 전체적인 인원을 추산하였다. 등장인물의 숫자를 측정하는 이유는 김정은이 북한 주민의 친밀도를 강조하기 위해 어떤 방식을 사용하는지를 살펴보기 위해서이다.

4) 초점(focus)

카메라의 조리개를 죄면 초점거리(피사체 심도)는 깊어지고 열면 얇아진다. 초점거리가 얇아지면 초점이 맞은 부분만 선명하게 묘사되고 중심 피사체에서 멀어질수록 선명도가 떨어진다. 반대로 초점거리가 깊어지면 초점을 맞춘 부위만이 아니라 주변부도 선명하게 묘사되는데, 조리개를 쥘수록 그 부위가 넓어진다. 촬영 대상을 구석구석 섬세하게 묘사하거나 배경 설명이 필요한 경우엔, 조리개를 죄어 초점을 깊게 해야 효과를 거둘 수 있다. 깊은 초점의 사진일 경우 현실감이 강조되며 얇은 초점의 경우 주제만이 부각되는 특징이 있다. 김정은 사진을 깊은 초점과 얇은 초점으로 나눠 분류해보았다 (<표 3>).

<표 3> 초점의 종류

깊은 초점	얇은 초점
	

5) 주인공의 크기

주인공의 크기는 <그림 1>과 같이 ‘① 클로즈업 쇼트(close-up shot) ② 미디엄 클로즈업(medium close-up shot) 쇼트 ③ 웨이스트 쇼트(waist



<그림 1> 쇼트의 종류

shot) ④ 미디엄 쇼트(medium shot) ⑤ 니 쇼트(knee shot) ⑥ 풀 쇼트(full shot) ⑦ 앉아 있다'로 구분할 수 있다. 7개의 단위로 주인공의 크기를 구분한 후 '⑦ 앉아 있다'를 제외한 사진들 중 '풀 쇼트'가 차지하는 비율을 추가적으로 측정해보았다. 주인공이 앉아 있는 사진을 제외한 이유는, 서 있는

사진 중에서 쇼트의 크기를 구분하는 것이 명확한 결과를 드러낼 수 있기 때문이다. 김정일 시대의 경우, ① 클로즈업 쇼트 ② 미디엄 클로즈업 쇼트 ③ 웨이스트 쇼트의 사진이 거의 없고 대부분이 풀 쇼트의 사진이었다. 이것은 김정일의 나이가 많다는 점과 정보를 외부에 노출시키지 않으려는 북한의 의도가 반영된 결과로 보이는데 이에 비해 상대적으로 젊은 김정은의 경우에도 똑같은 현상이 일어나고 있는지를 측정해볼 필요가 있다.

6) 주인공의 표정(expression)

사진 속 인물의 표정은 주인공에 대한 정보를 제공한다. 활기차고 자신감 있는 표정이거나 확신에 찬 얼굴은 찡그리거나 근심스러운 얼굴보다 보는 사람에게 긍정적인 인상을 줄 가능성이 높다.²¹⁾

<표 4> 표정의 분류

긍정 표정	중립 표정
	

사진 속 김정은의 표정을 긍정 = 1, 중립 = 2, 부정 = 3으로 코딩하였다(<표 4>). 긍정적인 사진은 웃거나 자신감 있는 표정으로서 김정은의 이미지를 높여주는 톤의 사진이며 부정적인 사진은 따분하거나 걱정스러운 표정 또는 피곤한 모습의 사진으로서 김정은의 이미지를 훼손(tarnish)하는 사진이다. 중립적인 사진은 심각하거나 무표정한 사진으로서 김정은의 이미지를 높여주지도 않고 훼손시키지도 않는 사진이다.

7) 시선의 방향

시선은 피사체의 얼굴과 카메라의 관계를 보여준다. 어떤 사람들은 얼굴이 똑바로 카메라를 향하고, 눈동자가 보는 사람을 바라보고 찍힐 때 가장 좋은 이미지가 만들어진다. 이것은 가장 직접적인 포트레이트(portrait)인 동시에 피사체에게 가장 많은 것을 요구하는 방식의 사진이다. 이와 같은 포트레이트를 보게 되면, 우리는 피사체와의 직접적

21) 임양준, “대선후보 보도사진에 대한 공정보도 비교연구: 제17대 대통령선거를 중심으로,” 41쪽.

<표 5> 시선의 방향에 따른 구분

응시 사진	외면 사진
	

인 관계를 느끼게 된다.²²⁾ 카메라를 바라보는 경우 ‘응시’로, 그렇지 않은 경우 ‘외면’으로 코딩하였다(<표 5>).

5. 연구 결과

1) 집단 정체성과 새로움을 강조(연구문제 1)

김정은 시대 북한 ‘1호 사진’이 강조하는 의제가 무엇인지를 살펴 보기 위해 우선 사진의 주제를 분석했다. 김정은 시대 사진의 주제를 살펴보는 것은 북한이 김정은의 활동 중 어떤 의제를 부각시키고 있는지를 측정하려는 것이다(<표 6>).

22) 로버트 카푸토(Robert Caputo), 『내셔널 지오그래픽 포토그래피 필드 가이드: 인물 사진을 잘 만드는 비결』, 김문호 옮김(서울: 청어람 미디어, 2005), 113쪽.

23) 변영욱, “북한 ‘1호 사진’의 변화”(북한대학원대학교 석사학위논문, 2007)에서 사용하였던 1955년부터 2005년까지 1월치 『노동신문』에 게재된 사진에 대한 분석 결과에 2007년, 2009년, 2011년 1월치 『노동신문』에 게재된 사진을 추가

<표 6> 사진의 주제

사진의 주제	사진의 숫자	김일성·김정일 시대의 빈도 ²³⁾
초상사진	2(0.4)	21(8)
연설	19(3.4)	1(0.4)
외빈접견 기념사진	2(0.4)	25(9.5)
외빈접견 환답사진	5(0.9)	24(9.2)
인민·군인들과의 기념사진	163(29.2)	45(17.2)
투 쇼트 사진	16(2.9)	4(1.5)
행사사진	154(27.5)	23(8.8)
현지지도	166(29.7)	101(38.5)
어린이들과 기념사진	28(5.0)	18(6.9)
기타	4(0.7)	0
합계	559(100.1)	262(100.0)

주: 괄호 안의 단위는 퍼센트

599장의 사진 중에서 가장 많은 사진은 인민·군인들 및 어린이들과의 기념사진인데 총 191장을 차지한다. 김정은은 2012년 1월 최고지도자의 자리에 오른 이후 2013년 5월 31일 현재까지 전국 각지의 군 부대를 돌거나 평양 시내에서 각종 행사를 치르면서 단체 사진을 찍고 있다. 2012년 4월에 열린 김일성 100회 생일 기념 열병식이 끝난 후 김정은은 열병식 참가자 2만 400여 명과 20차레로 나눠 사진을 찍었다. 같은 해 6월에 열린 소년단 초청 행사에서도 1만 9,000여 명의 어린이들과 함께 사진을 찍었다. 이런 기념사진 행사가 끝나고 나면 『노동신문』은 이 사진들을 지면에 실는다. 4월 열병식과 6월 소년단 행사는 각각 20장의 사진이 게재되었다. 2012년 1월 1일부터 2013년 5월 31일까지 『노동신문』에 게재된 김정은의 단체사진 191장에

하여 김일성·김정일 시대 전체에 대한 수치를 추산하였음.

나오는 인물의 숫자를 모두 합산해보았는데, 간부들이 주로 서 있는 맨 앞줄을 제외하고 뒷줄을 전부 세어 합해본 결과 대략 12만 8,982명이었다. 북한 인구를 2,500만 명으로 잡고 4인 가족을 기준으로 한다면 약 2%의 가구 구성원 중 한 명과 기념사진을 촬영한 것이다. 사진 촬영의 대상은 군인, 건설 노동자, 관료, 예술단, 경축행사 참가자, 소년단원 등이다. 김정은은 집권 1년 5개월 동안 기념사진 촬영을 통해 ‘인민과 하나 된 지도자’임을 강조해왔다.

기념사진은 정치지도자와 다수의 대중이 함께 있는 모습을 촬영한 사진이므로 통일 단결의 구심으로서의 수령의 성격에도 잘 부합하는 사진의 형태가 된다. 기념사진은 사진 한 장에 많은 대중을 함께 기록할 수 있는 사진의 형태이므로 대중 속에 있는 수령의 모습을 표현하기에 적합한 사진 형태인 것이다. 김정은 시대에 기념사진의 빈도가 높고 등장인물이 많다는 것은 북한의 중심에 김정은이 있다는 것을 강조하기 위한 것이라고 할 수 있다.

김일성·김정일 시대와 비교해서 ‘인민·군인들과의 기념사진의 비율이 17.2%에서 29.2%로 늘어났다는 점과 행사사진의 비율이 8.8%에서 27.5%로 늘어났다는 것은 김정은이 집권 초기에 주민들과의 접촉 빈도를 높이기 위한 행사와 현지지도율을 늘리는 방법으로 자신에 대한 인지도를 높였다는 것을 의미한다.

김정은의 표정이 밝고 자신감이 넘치는 사진이 전체의 48%에 이른다(<표 7>). 경직되고 엄숙한 표정의 김정일과는 큰 차이를 보이는데 이것은 젊고 새로운 지도자라는 것을 강조하기 위한 의도로 보인다.

새로운 지도자의 등장을 국제 사회에 적극적으로 알리려는 노력도 있다. 북한 김정은의 이미지 관리는 국내 여론만을 염두에 두는 것이 아니라 국제 사회를 대상으로 하기도 한다. 김정은은 2010년 10월 10

<표 7> 김정은의 표정

표정의 종류	빈도	비율(%)
긍정	277	49.6
중립	282	50.4
부정	0	0
합계	559	100.0

일 노동당 창당 65주년 열병식, 2011년 12월 김정일 영결식, 2012년 김일성 생일 행사 등을 하면서 생중계 형식으로 미디어에 등장했다. 김정일 시대에는 생방송으로 등장하는 경우가 없었다. 2010년 10월 10일 노동당 창당 65주년 열병식은 CNN 등 세계 방송사들이 공식 초청된 가운데 생중계되었고 2012년 김정일 생일을 맞아 진행된 약식 열병식과 2012년 3월 25일 열린 김정일 사망 100일 중앙추모대회 등도 생중계되었다. 생중계 기술이 최근에 북한에 도입되었기 때문에 이런 현상이 벌어지는 것일까? 영화를 전공한 탈북자의 증언에 따르면 북한의 방송 기술은 이미 1970년대에도 생방송이 가능했다. 1980년대 초 김일성이 북한 인민군의 사열을 받는 장면이 생방송되었는데 카메라의 위치를 잘못 선정하는 바람에 김일성의 얼굴에 총검이 지나가는 화면이 방송되었고 이 사고 이후 북한에서는 생방송이 사라졌다.²⁴⁾ 선전의 중요성을 알고 있던 김정일 시대에도 하지 않던 생방송의 형식이 김정은의 시대에 늘어난 것은 북한 내부에서 미디어 기술이 발전했다는 증거라기보다는 미디어 정책이 철저한 통제에서 제한적 공개로 전환되었다는 의미라고 할 수 있다.

미국 AP 통신은 2012년 1월 16일 서방 언론사로는 처음으로 북한

24) 변영욱, 앞의 글, 41쪽.

평양에 종합지국을 개설했으며 이후 AP 기자들은 김정은의 행사를 원거리에서 취재하고 촬영할 수 있다. AP 평양지국은 북한 출신 박원 일, 김광현 2명의 기자가 상주하며 각각 기사와 사진 취재를 담당하고 있다.²⁵⁾

『노동신문』은 2011년 2월 17일부터 PDF 서비스를 시작했다.²⁶⁾ PDF 서비스란 신문 지면을 디지털 파일 형태로 온라인상에서 볼 수 있는 서비스이다. 지금까지 한국을 비롯한 외국에서 『노동신문』을 보려면 중국 항공편을 통해 배달된 지면을 발행 1주일 후에 보는 방식이었다. 북한에서 아침에 발행되는 『노동신문』을 서울에서도 아침에 볼 수 있는 시대가 된 것이다. 북한과 김정은의 이미지는 이제 국내용이 아니라 글로벌한 이미지가 되어 가고 있다.

북한은 외국 VIP 등과의 모임에 부인 리설주를 등장시키고 있으며 리설주는 주로 양장 차림으로 등장한다. 김정은은 양복을 입은 채 촬영한 증명사진을 조선중앙통신을 통해 전 세계에 배포했다.²⁷⁾ 김정은이 양복을 입은 채 공식 초상사진 촬영에 임하고 리설주가 양장으로 등장하는 것은 최고 정치지도자와 부인이 국제 사회에서 보편적으로 통하는 의상을 선택함으로써 북한도 정상 국가라는 이미지를 전하겠다는 의지를 표출시킨 것으로 보인다. 김일성과 김정일은 극사실주의 기법으로 제작된 초상화를 공식적으로 배포했고 복장은 인민복이었다. 공식 초상사진에 서양식 복장으로 등장한다는 것은 김정은이 젊은 세대라는 특징이기도 하고 자신이 반(反)서구적 성향을 갖고 있는 것만은 아니라는 것을 강조하기 위한 설정이다.

25) 『연합뉴스』, 2012년 1월 16일.

26) 『경향신문』, 2011년 2월 16일.

27) 『노동신문』, 2012년 4월 13일.

이러한 특징들은 북한도 글로벌 시대라는 시대적 변화를 인정하는 것으로 볼 수 있다. 『노동신문』 “세계여론을 오도하는…” 기사에서 북한은 “정보화 시대”라는 표현을 썼다. “끊임없이 생겨나는 새 소식, 새 자료가 라디오(라디오) 및 텔레비전 방송, 인터넷 등을 통하여 온 세계에 거침없이 퍼져가고 있다”고 설명했다.²⁸⁾

북한 역시 빛의 속도라고 불리는 인터넷을 통해 국제 사회의 움직임과 북한에 대한 반응을 체크할 수 있다. 한국의 드라마를 비롯한 소식들이 속속들이 북한 내부로 전해지는 상황에서 북한은 외부 세계 매스미디어의 보도 태도를 보면서 신속하게 홍보 활동을 전개하고 있다고 추론할 수 있다.

2) 현저성의 극대화과 현실감을 주는 표현기법의 활용(연구문제 2)

앞의 ‘연구문제 1’에서 보았듯이 김정은 시대의 북한은 통일 단결의 중심으로서의 김정은을 부각시키는 동시에 인민과 김정은이 하나라는 집단 정체성을 강조하는 사진을 많이 게재하고 있다. 그렇다면 어떤 방식으로 김정은을 부각시키고 집단 정체성을 시각화하고 있을까? 김정은 사진의 게재 빈도가 아주 높다. 연구 대상 기간인 1년 5개월 총 516일 동안 『노동신문』에 게재된 김정은 사진은 모두 559장이다. 복수로 게재된 날이 많아 신문에 매일 사진이 게재된 것은 아니지만 전체적으로 볼 때 1주일에 7.58장의 사진이 게재되었다.

김일성의 경우 1주일에 1.32장, 김정일의 경우 1주일에 3.92장의 사진이 실려 전체적으로 1주일에 2.04장의 사진이 실렸다.²⁹⁾ 이런 수

28) 『노동신문』, 2011년 4월 12일.

29) 변영욱, “북한 ‘1호 사진’의 변화,” 31쪽.

치와 비교할 때 1주일에 7장 이상의 사진이 게재되는 김정은 시대는 빈도에서 큰 차이가 있다. 2008년 김정일 건강이상설 이후 북한은 하루에 수십 장의 정치 사진을 쏟아내는 행태를 보였는데 이것은 북한 『노동신문』 역사에서 아주 특수한 상황이었다. 최고지도자의 부재와 공백이 가져올 혼란을 막기 위해 김정일의 건강이 어느 정도 회복되자 김정일의 사진을 많이 게재하는 방식을 사용했다. 김정은의 경우 자신의 존재를 부각시키기 위해 현지도와 행사를 연속적으로 치르는 것이며 이것은 나이가 어리다는 점이 한계 요소로만 작용하는 것이 아니라는 것을 보여준다. 김정은은 젊다는 점을 활용해 에너지가 많은 지도자의 이미지를 쌓아가고 있는 것이다.

김정온이 집단 정체성을 강조하는 것은 사진의 형식적 특성에서도 그대로 나타난다. 김정은 사진에서는 폴 쇼트의 비율이 여전히 높다 (<표 8>).

사진에서 프레임(frame)의 원래 의미는 카메라와 뷰파인더(viewfinder) 안에 실제로 촬영되는 시야를 말한다. 프레임은 ‘담고 있는 이미지를 다른 이미지와 격리시키는 담장’으로 이해된다. 집단 정체성을 강조하는 프레임의 대표적인 예는 2002년 한일 월드컵 때 시청 앞에 모인 응원단을 높은 건물 위에서 찍은 사진이다. 즉 이미지 내에서 수직선, 수평선, 원의 프레임들이 존재하지 않으며 사진의 테두리를 형성하는 프레임이 유일한 프레임인 사진을 말한다. 이러한 사진은 이미지 내의 구성 요소들이 서로 분리되지 않고 통합되는 느낌을 준다.³⁰⁾ 김정은과 함께 찍은 기념사진에 등장하는 인민이나 군인들은 한 명 한 명이 객체가 아니라 주인공이 되는 것이다.

30) 주창윤, 『영상이미지의 구조』(서울: 나남, 2003), 115쪽.

<표 8> 주인공 쇼트의 크기(‘앉아 있다’를 제외할 경우)

쇼트의 크기	빈도(%)	김일성·김정일 시대의 빈도(%)
클로즈업	1(0.1)	14(6.39)
미디엄 클로즈업 쇼트	11(3.33)	9(4.1)
웨이스트 쇼트	50(15.2)	13(5.95)
미디엄 쇼트	17(5.15)	12(5.48)
니 쇼트	32(9.7)	15(6.84)
풀 쇼트	219(66.4)	156(71.23)
합계	330(99.88)	219(99.99)

북한에서 풀 쇼트의 ‘1호 사진’ 비율이 늘어난 것은 1973년 신문부 터인데,³¹⁾ ‘1호 사진’에 넓은 지면이 보장되기 때문이라는 추론이 우선적으로 가능하다. 또한 풀 쇼트나 롱 쇼트는 어떤 맥락이 진행되고 있는가를 밝혀주는 공간적 준거 틀의 의미를 담고 있는데, 주로 서사적 영화에서 많이 쓰인다. 롱 쇼트의 넓은 시야는 관객에게 크기, 모양, 위치 등 한 장면 내 여러 요소들의 상대적 비례관계를 파악할 수 있게 한다.³²⁾

‘앉아 있다’로 분류된 사진을 제외하고 쇼트의 크기를 분석해 <표 8>의 결과를 얻었다. 풀 쇼트 사진이 차지하는 비율이 김일성·김정일 시대에 비해서는 71.23%에서 66.4%로 줄었지만 여전히 북한 ‘1호 사진’에서 높은 비율을 차지한다.

김정은 사진에서는 깊은 초점의 사진이 많다(<표 9>). 깊은 초점의 사진은 피사체와 그 주변 환경 전체를 다 같이 잘 보여준다는 점에서 그리고 풀 쇼트의 사진 역시 주인공의 얼굴뿐만 아니라 몸과 몸을 둘

31) 변영욱, “북한 ‘1호 사진’의 변화,” 55쪽.

32) 주창윤, 『영상이미지의 구조』, 70쪽.

<표 9> 초점의 종류

초점의 종류	빈도	퍼센트(%)
선택 초점	31	5.5
깊은 초점	528	94.5
합계	559	100.0

<표 10> 시선의 방향

시선의 방향	빈도	퍼센트(%)
응시	218	39.0
외면	341	61.0
합계	559	100.0

러싼 환경 전체를 보여준다는 점에서 북한은 최고지도자 개인의 카리스마를 강조하기보다는 환경과 맥락 속에 존재하고 있다는 것을 강조할 수 있는 촬영법을 선택해 최고지도자의 정체성을 드러내려 한다고 추정할 수 있다.

사진 속 김정은의 시선을 분석해보았더니(<표 10>)에서 보듯이 전체적으로는 카메라를 응시하지 않는 사진의 비율이 높았지만, 카메라를 응시하고 있는 사진 역시 39%의 높은 빈도로 게재되었다. 시선은 주체적 시선과 객체적 시선으로 나눌 수 있다. 주체적 시선은 등장인물이 직접적으로 카메라를 응시하는 사진을 말하며, 객체적 시선은 등장인물이 카메라가 아니라 다른 어떤 곳이나 사물, 사람 등을 바라보는 것이다. 주체적 시선에서 등장인물은 주체가 되며 이것을 바라보는 독자나 수용자는 대상으로 위치한다. 이것은 독자나 수용자가 등장인물을 바라보는 것이 아니라, 오히려 등장인물이 수용자를 바라보는 것이다. 등장인물은 그와 같은 시선 속에서 “나를 따르라” 혹은 “나와 동일시하라”라고 말하는 것이라고 할 수 있다³³⁾. 김정은의 시선 역

시 집단 정체성을 강화하고 현실감을 주는 방향으로 표현되고 있는 것이다.

5. 논의

현대의 권력은 스스로를 증명하려 하며 그것과 관련된 모든 담화들은 합리성을 증명하기 위해 존재한다.³⁴⁾ 대중적 지지를 정통성의 근거로 삼는 현대의 정치체제는 정도의 차이는 있겠으나 유형을 불문하고 모두 대중 설득에 주력하게 된다.

이 연구는 김정은의 이미지 관리 전략을 살펴보기 위해 2012년 1월 김정은 체제 출범 후 2013년 5월 31일까지 17개월 동안 북한이 『노동신문』을 통해 공개한 김정은 사진의 특징을 주제와 형식 측면에서 분석하였다.

김정은은 아버지 김정일과 달리 짧은 시간에 압축적인 권력 이양을 받았다. 준비기간은 짧았고 후견인은 더 이상 생존해 있는 인물이 아니기 때문에 지도자로서의 위상을 짧은 시간 내에 확보해야 하는 정치적 과제를 갖고 있다. 북한은 그러한 정치적 과제를 해결하기 위해 과거 김일성·김정일 시대의 이미지 관리 전략을 계승(Continuity)하면서 한편으로는 새로운 실험(Discontinuity)을 하고 있다.

김정은은 당과 국가가 매스미디어를 독점하고 있는 메커니즘과 자

33) 주창윤, 위의 책, 81쪽.

34) 올리비에 르블(Olivier Reboul), 『언어와 이데올로기』(서울: 역사비평사, 1995), 31쪽; 전미영, 『김일성의 말, 그 대중설득의 전략』(서울: 책세상, 2001), 17쪽에서 재인용.

신이 이전의 지도자에 비해 젊고 활기차다는 특징을 활용해 적극적인 이미지 메이킹을 하고 있다. 김정은 사진은 여전히 독점적인 생산 시스템의 결과물이다. 북한이 배포하는 김정은 사진은 북한 내부의 선전·선동 전문가들이 치밀하게 세운 전략 속에서 결정되고 있다. 김정은의 사진은 김일성·김정일 시대와 마찬가지로 『노동신문』에 ‘본사정 치보도반’이라고 표현되는 전담팀에 의해서만 촬영된다.

김정은은 짧은 기간에 자주 매스미디어에 등장하는 전략으로 자신에 대한 인지도를 높이고 있다. 이것은 김일성·김정일 시대와는 방향에서는 동일하겠지만 빈도에서는 분명한 차이를 보이는 점이다. 특히 1994년 김일성의 사망 이후 3년간 매스미디어에 거의 얼굴을 드러내지 않았던 김정일의 권력 승계 과정과는 확연히 다른 양태를 보인다.

언론 노출이 담보하는 의제설정의 효과를 감안한다면 북한은 짧은 시간에 김정은에 대한 현저성을 높여야 한다는 정치적 과제를 해결하는 데 매스미디어를 적극 활용하고 있는 것이다.

김정은에 대한 선전 방식 중 가장 뚜렷하게 나타나는 것은 현저성을 높이는 방식으로 김정은을 부각시키고 있다는 점이다. 조사기간 516일 동안 559장의 사진을 게재한 것은 김일성·김정일 시대 전체 평균을 훨씬 웃도는 빈도이다. 또한 17개월이라는 비교적 짧은 기간에 무려 13만 명에 가까운 대규모 인원과 접촉하고 대량의 기념사진을 남김으로써 김정은에 대한 인지도를 높이려 하고 있다. 북한 인구를 2,500만 명으로 추산하고 4인 가족을 기준으로 하면 전체 가구의 2%가 넘는 가정의 구성원 중 한 명이 김정은과 ‘사랑의 기념사진’을 촬영한 것이다.

김정은은 아버지 김정일과 달리 매스미디어에 등장하는 것을 꺼리지 않고 적극적으로 카메라 앞에 서고 있다. 김정일 식 ‘소극적 커뮤

니케이션'에서 벗어나 '적극적 소통'을 하는 것이다. 김정은은 이전의 지도자에 비해 훨씬 자연스러운 모습의 사진으로 대중에게 보이고 있다. 깊은 초점을 통해 배경까지 분명하게 보여주면서도 얼굴의 표정과 건강 상태를 숨기지 않는다. 생방송이 늘어나며, 김정일 시대와는 달리 현지지도의 동선에 대한 정보를 노출시킬 수도 있는 촬영 날짜를 보여주기도 한다. 이것은 이전의 지도자들과는 달리 나이가 어린 상태에서 권력을 잡았다는 것이 약점만이 아니라 장점도 될 수 있다는 것을 강조하기 위한 이미지 전략으로 해석된다.

평양 만수고 고기상점 준공식 사진에서 김정은은 비를 맞고 있는 모습으로 서 있기도 한다.³⁵⁾ 김일성, 김정일보다 나이가 젊은 상태에서 지도자에 올랐기 때문에 가능한 행동이며 그러한 장점을 충분히 활용하고 있다.

김정은은 인민과 친근하고 소통하는 지도자라는 이미지를 갖기 위해서도 노력하고 있다. 김정은은 김정일의 영결식 직후부터 현지지도를 하면서 웃는 모습을 보였다. 김정은의 웃음이 늘어난 것과 함께 인민주의의 특징을 보여주는 현상 중 하나는 김정은과 북한 주민의 신체 접촉이 늘어났다는 점이다. 2012년 1월 105 탱크 사단을 방문한 김정은이 병사들과 팔짱을 끼고 안는 모습을 연출한 이후 김정은과 일반 주민의 신체 접촉을 보여주는 사진들이 늘어나고 있다. 주체혁명 위업의 완수와 계속혁명, 일심동체의 상징적 슬로건으로 '팔을 끼고 어깨를 걸고'가 표상되고 있다는 이지순의 연구 결과와 일치한다.³⁶⁾

미국 NBA 농구 스타 로드맨(Dennis Rodman)을 평양으로 초청해 코카콜라 캔을 앞에 두고 얘기하는 모습을 『노동신문』에 공개³⁷⁾하고 양

35) 『노동신문』, 2012년 4월 26일.

36) 이지순, “김정은 시대 북한 시의 이미지 양상,” 268쪽.

복을 입은 김정은의 모습과 김일성·김정일 배지 대신 액세서리와 금 목걸이를 한 리설주의 모습을 공개하는 것은 김정은의 해외 유학 경험의 결과이기도 하지만 서방 세계를 의식한 의도적 노출일 수도 있다.

이 연구는 다음과 같은 의미가 있을 것으로 본다. 첫째, 김정은 시대 북한 내부의 커뮤니케이션 현실을 관찰할 수 있는 기회를 제공한 점이다. 둘째, 김정은이 강제적인 방법이 아닌 매스미디어를 활용한 심리적 설득을 통해서도 정당성 확보를 시도하고 있을 가능성을 제시한 점이다. 셋째, 북한의 이미지 정치에 대한 실증적 데이터를 제시함으로써 관련 학문의 정체성 확보와 발전에 기여하고 있다는 점이다. 다만, 사진의 내용 분석 방법론에 대한 개념적 엄정함과 다양성에 대해 좀 더 많은 노력이 필요하다.

■ 접수: 6월 22일 / 수정: 7월 25일 / 채택: 7월 29일

37) 『노동신문』, 2013년 3월 1일.

참고문헌

1. 북한 자료

1) 단행본

엄기영, 『신문학개론』(평양: 김일성종합대학출판사, 1989).

2) 기타 자료

『노동신문』 각 호.

『문학신문』

2. 국내 자료

1) 단행본

김영수, 『기록자와 해설자: 조선일보와 뉴욕타임스의 사진 비교』(서울: 미디어 연구소, 2004).

김영주, 『현대북한언론연구』(서울: 경남대학교출판부, 1998).

르블, 올리비에(Olivier Reboul), 『언어와 이데올로기』(서울: 역사비평사, 1995).

맥퀘일, 데니스(Denis McQuail), 『매스커뮤니케이션 이론』, 양승찬 외 옮김(서울: 나남출판, 2003).

변영욱, 『김정일.JPG』(서울: 한울, 2008).

이영준, 『사진, 이상한 예술』(서울: 눈빛, 1999).

전미영, 『김일성의 말, 그 대중설득의 전략』(서울: 책세상, 2001).

주창운, 『영상이미지의 구조』(서울: 나남, 2003).

카푸토, 로버트(Robert Caputo), 『내셔널 지오그래픽 포토그래피 필드가이드: 인물 사진을 잘 만드는 비결』, 김문호 옮김(서울: 청어람 미디어, 2005).

함정식, 『사진예술개론』(서울: 열화당, 1989).

2) 논문

- 강형구·탁진영, “시사만화에 나타난 대통령 후보자의 시각적 이미지에 관한 연구,” 『한국언론학보』, 제50권 3호(2006).
- 김갑식, “김정은 정권의 출범과 정치적 과제,” 『통일정책연구』, 제21권 1호(2012).
- 김병로, “탈북자 면접조사를 통해 본 북한 사회의 변화: 2008~2011,” 『현대북한연구』, 제15권 1호(2012).
- 김상목, “한국언론에 나타난 국제화 세계화 담론의 구조와 변화에 대한 비교 연구: 조선일보와 한겨레신문을 중심으로”(서울대학교 대학원 석사학위논문, 1995).
- 마정미·천현숙, “18대 대통령선거 후보 이미지에 대한 대학생 유권자의 공유 개념도: 은유추출기법(ZMET)을 적용하여,” 『광고연구』, 제95호(2012).
- 변영욱, “김정일 건강이상설 이후 북한 ‘1호 사진’의 변화,” 『현대북한연구』, 제14권 2호(2011).
- 변영욱, “북한 ‘1호 사진’의 변화”(북한대학원대학교 석사학위논문, 2007).
- 양무진, “선전선동 사례연구: 나치독일, 중국, 북한,” 『현대북한연구』, 제14권 3호(2011).
- 오창룡, “프랑스 사르코지 대통령의 이미지 정치와 위기 리더십,” 『한국정치연구』, 제21집 제2호(2012).
- 이설희, “포도저널리즘의 신화적 의미 작용에 관한 연구: 강금실 법무장관의 신문사진을 중심으로”(성균관대학교 석사학위논문, 2003).
- 이승열, “김정은 체제하에서 북한 수령체제의 전환 방향: 엘리트의 정책선택을 중심으로,” 북한 연구학회 2012 동계학술 회의(2012년 12월 7일, 북한대학원대학교 통일관) 자료집.
- 이지순, “김정은 시대 북한 시의 이미지 양상,” 『현대북한연구』, 제16권 1호(2013).
- 임양준, “대선후보 보도사진에 대한 공정보도 비교연구: 제17대 대통령선거를 중심으로,” 『커뮤니케이션학 연구』, 제17권 2호(2009).
- 장철규, “루이스 하인 사진이 사회변화에 끼친 영향력에 대한 연구: 아동노동 사진을 중심으로”(상명대학교 문화예술대학원 석사학위 논문, 2010).

정영철, “김정일 체제 형성의 사회정치적 기원: 1967~1982”(서울대학교 대학원 박사학위논문, 2001).

조현수, “상징과 정치: 민주주의체제와 전체주의 체제의 상징에 대한 비교분석,” 『한국정치연구』, 제19집 제3호(2010).

최영재, “정치인의 이미지 관리: 언어 및 비언어 메시지를 중심으로,” 『한국언론학보』, 제50권 1호(2006).

3) 기타

『경향신문』

『동아일보』

연합뉴스

3. 국외 자료

1) 단행본

Boin, Arjen, Hart, Paul't and McConnel, Allan(eds.), *Governing after crisis: The politics of investigation, accountability and police change*(Cambridge University press, 2008).

Boin, Arjen, Paul't Hart, Stern, Eric and Sundelius, Bengt(eds.), *The politics of crisis: management Public leadership under pressure*(Cambridge University press, 2005).

Hilberg, Raul, *The Politics of Memory; The Journey of Holocaust Historian*(Chicago: Ivan R. Dee Publisher, 1996).

Iyengar, S. and Kinder, D. R., *News that matters: Television and American opinion. Chicago*(University of Chicago Press, 1987).

Riel, Werner Kroeber, *Bildkommunication: Imagerystrategien fuer die Werbung*(1996).
[번역본: 베르너 크뢰버 릴, 『영상커뮤니케이션』, 조창연 옮김(서울: 커뮤니케이션북스, 2005)].

Seeger, M. W., Sellnow, T. L. and Ulmer, R. R., *Communication and organizational crisis*(Westport, CN: Praeger, 2003).

Skowronek, Stephe, *The politics Presidents make: Leadership from John Adams to George Busb*(Harvard University Press, 1993).

Sontag, S., *The Image-world. In Visual culture: The reader*(Edited by J. Evansans S. Hall. London: Sage, 1999).

2) 논문

Arpan, L. M. et al., “News coverages of social protests and effects of photographs and prior attitudes,” *Mass communication & Society*, 9(10)(2006).

Fahmy, S, Cho, S., Wanta, W. and Song, Y., “Visual agenda setting after 9/11: Individual emotion, recall and concern about terrorism,” *Visual Communication Quarterly*, 13(1)(2006).

Heffernan, Richard, “The prime minister and the news media: political communication as a leadership resource,” *Parliamentary Affairs*, 59, No. 4(2006).

McCombs, M., and Shaw, D., “The agenda setting function of mass media,” *Public Opinion Quarterly*, 36(1972).

Littlefield, Robert S. and Quenette, Andrea M., “Crisis Leadership and Hurricane Katrina: The portrayal of authority by the media in natural disaster,” *Journal of Applied Communication Research*, Vol. 35, No. 1(February, 2007).

Wanta, W., “The effects of dominant photographs: An agenda setting experiment,” *Journalism Quarterly*, 65(1)(1988).

Image and justification: the portrayal of
new leader in North Korea by the media
: a content analysis of photographs in Rodong-Shinmun

Byeon, Yeongwook(Dong-A daily newspaper)

North Korea has entered the Kim Jong Un era with death of his father. The purpose of this article is to research the mechanism of visual communication in the North Korea politics. I use content analysis method and researched the released images of North Korea's new leader, Kim Jung Un in the North Korea's leading newspaper, Rodong Shinmun. I have researched what kind of Kim Jong Un is imagined and constructed in North Korea. I compared the images of Kim Jong Un with those of his grandfather and father. In order to enrich the analysis, this study investigated the wire photos released by the Korea Central News Agency.

From the starts of its construction, North Korea has used mass media periodicals to deliver its messages to mass audience. The Socialist state

is extensively publishing propaganda photographs in Kim Jong Un era.

No 1 photos of Kim Jong Un sometimes shows the real and candid aspects of him but simultaneously, those images are results of deliberate choice and strategic intention. North Korea strives to emphasize that Kim Jong Un is a new leader and to persuade the justification of new leader.

Keywords: North Korea photography, regime maintenance, Kim Jong Un, Kim Jong Il. image politics. visual agenda-setting, priming effect, reputation management.