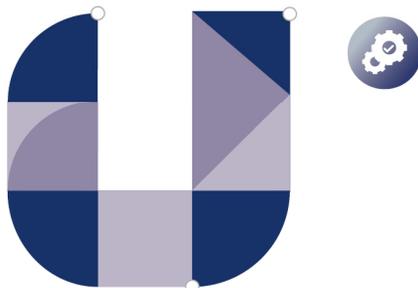
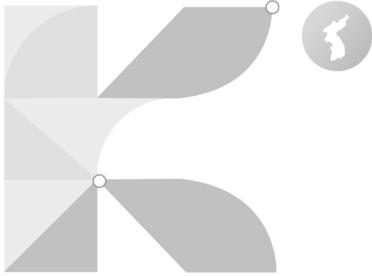


국가상징의 문화적 형상과 북한의 브랜드 전략



이지순 | 이무경 | 전영선





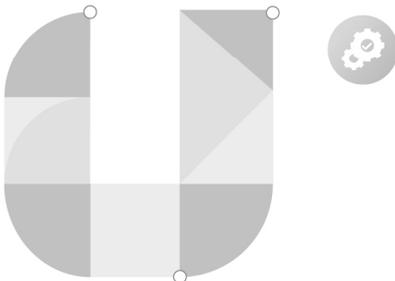
국가상징의 문화적 형상과 북한의 브랜드 전략



연구책임자
이지순 (인도협력연구실 부연구위원)

공동연구자
이무경 (건국대학교 겸임교수)
전영선 (통일디자인연구소 소장)

연구지원
최종학 (통일연구원 연구원)



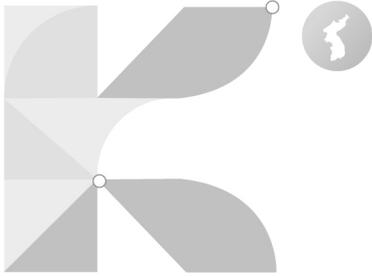
국가상징의 문화적 형상과 북한의 브랜드 전략

KINU 연구총서 21-03

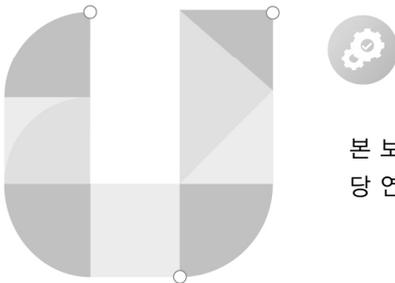
발행일	2021년 12월 30일
저자	이지순, 이무경, 전영선
발행인	고유환
발행처	통일연구원
편집인	인도협력연구실장
등록	제2-02361호 (97.4.23)
주소	(06578) 서울시 서초구 반포대로 217 통일연구원
전화	(대표) 02-2023-8000 (FAX) 02-2023-8296
홈페이지	http://www.kinu.or.kr
기획·디자인	세일포커스(주)(02-2275-6894)
인쇄처	(주)계문사(02-725-5216)
I S B N	979-11-6589-054-4 93340
가격	9,000원

© 통일연구원, 2021

통일연구원에서 발간한 간행물은 전국 대형서점에서 구입하실 수 있습니다.
(구입문의)정부간행물판매센터: 매장(02-734-6818), 사무실(02-394-0337)



국가상징의 문화적 형상과 북한의 브랜드 전략



본 보고서에 수록된 내용은 집필자의 개인적인 견해이며,
당 연구원의 공식적인 의견을 반영하는 것은 아닙니다.

차례

요약	11
I. 서론	15
1. 연구 목적과 내용	17
2. 연구 범위와 방법	21
II. 북한의 국가상징 체계	25
1. 법 규정 국가상징	27
2. 확장된 국가상징	43
3. 소결	59
III. 김정은 시대 국가상징의 재문맥화	63
1. 국가상징 재문맥화의 배경	66
2. 법 규정 국가상징의 재문맥화	80
3. 확장된 국가상징의 재문맥화	100
4. 소결	118
IV. 국가상징의 브랜드 전략	121
1. 국가상징의 정치 브랜드 전략	123

2. 국가상징의 경제 브랜드 전략	150
3. 국가상징의 사회문화 브랜드 전략	173
4. 소결	183
V. 결론	185
참고문헌	192
최근 발간자료 안내	201

표 차례

〈표 II-1〉 국호 관련 헌법 규정	30
〈표 II-2〉 국기 관련 헌법 규정	32
〈표 II-3〉 북한 국기의 도안과 상징적 의미	34
〈표 II-4〉 국장 관련 헌법 규정	37
〈표 II-5〉 북한 국장의 변화와 상징적 의미	38
〈표 II-6〉 국가상징의 확장	60
〈표 III-1〉 김정은 집권 이후 로동신문의 ‘국기’ 기사 빈도수	86
〈표 III-2〉 시기별 로동신문의 ‘국기’ 기사 빈도수	86
〈표 III-3〉 대집단체조와 예술공연의 국기 표상	90
〈표 IV-1〉 북한의 유튜브 계정 현황	129
〈표 IV-2〉 로동신문(1994.1.~2021.9.)의 산업미술 관련 기사	157

그림 차례

〈그림 Ⅱ-1〉 국건 풍산개 보존 증식 연구자 옥진영 박사 관련 보도 ……	51
〈그림 Ⅱ-2〉 국건 풍산개 연구자 옥진영 관련 기사 ……	52
〈그림 Ⅱ-3〉 국수 소나무를 소개한 책자와 김형직 탄생 127돌 특집기사 화보 ……	54
〈그림 Ⅱ-4〉 국주 평양소주(좌), 상표디자인(중) 및 개성식료공장에서 생산하는 평양주와 고려술(우) ……	57
〈그림 Ⅲ-1〉 대중들에게 인기 있는 백학 브랜드 기사 ……	72
〈그림 Ⅲ-2〉 화보 조선의 표지: “창전거리의 아침”, “미래과학자거리의 저녁”, “새날이 밝아오는 려명거리” ……	76
〈그림 Ⅲ-3〉 평양 화보집에 소개된 관광 관련 시설 ……	77
〈그림 Ⅲ-4〉 평양의 고구려 유물들 ……	78
〈그림 Ⅲ-5〉 려명거리와 미래과학자거리를 담은 엽서 ……	80
〈그림 Ⅲ-6〉 예술영화 〈우리 집 이야기〉의 국기 계양 ……	87
〈그림 Ⅲ-7〉 〈우리의 국기〉 악보 ……	89
〈그림 Ⅲ-8〉 2021년 8월 인민소비품 품평회에 등장한 국기 의상 ……	92
〈그림 Ⅲ-9〉 최고인민회의의 대의원 선거 2014년 선전화(좌)와 2019년 선전화(우) ……	94
〈그림 Ⅲ-10〉 제6차 4월의 봄 인민예술축전공연 무대 ……	95
〈그림 Ⅲ-11〉 국장(좌)과 국무위원장표식(우) ……	96
〈그림 Ⅲ-12〉 북한의 다양한 화폐와 북한돈 200원에 사용된 목란 ……	102
〈그림 Ⅲ-13〉 2015년 발행된 여자동아시아컵 우승기념 우표 ……	104

〈그림 Ⅲ-14〉 2017년 발행된 국화, 국조, 국건, 국수 우표	105
〈그림 Ⅲ-15〉 2019년 중앙동물원창립 60주년 기념 시리즈 우표 중 국건과 국조	105
〈그림 Ⅲ-16〉 2020년 발행된 국가상징 시리즈 우표	106
〈그림 Ⅲ-17〉 〈조국찬가〉 화면반주 영상의 목란꽃	108
〈그림 Ⅲ-18〉 대집단체조와 예술공연 〈빛나는 조국〉 개막에 등장하는 국가상징 ‘소나무, 목란, 참매’와 2019년 달력의 ‘목란’	113
〈그림 Ⅲ-19〉 만화영화 〈고구려의 젊은 무사들〉의 풍산개	114
〈그림 Ⅳ-1〉 NEW DPRK 유튜브 채널	130
〈그림 Ⅳ-2〉 bilibili의 New DPRK 채널	131
〈그림 Ⅳ-3〉 ‘조선의 오늘’ 핀터레스트 계정	132
〈그림 Ⅳ-4〉 북한의 대외 웹사이트 〈국가해사감독국〉에 올라온 국가상징 기사	134
〈그림 Ⅳ-5〉 북한의 대외 웹사이트 〈내나라〉에 올라온 국가상징 이미지	135
〈그림 Ⅳ-6〉 북한의 대외 웹사이트 〈류경〉의 ‘조국개관’의 메인화면 ...	136
〈그림 Ⅳ-7〉 북한의 대외 웹사이트 〈류경〉의 ‘조국개관’에 탑재된 국주 이미지	137
〈그림 Ⅳ-8〉 북한의 대외 웹사이트 〈조선의 오늘〉의 국가상징 소개편집물 영상	137

〈그림 IV-9〉 북한의 대외 웹사이트 〈조선의 오늘〉의 국가상징 소개편집물 세부	138
〈그림 IV-10〉 북한의 대외 웹사이트 〈조선의 오늘〉의 국가상징 소개편집물 세부	140
〈그림 IV-11〉 당창건 기념 〈빛의 조화-2020〉 지식경제시대 이미지 ..	144
〈그림 IV-12〉 당창건 기념 〈빛의 조화-2020〉 인민생활 향상의 이미지로 제시된 평양제1백화점과 소비품들	144
〈그림 IV-13〉 당창건 기념 〈빛의 조화-2020〉 수해복구와 피날레	145
〈그림 IV-14〉 태양절 기념 〈빛의 조화-2021〉의 국가상징	146
〈그림 IV-15〉 태양절 기념 UCC 〈빛의 조화-2021〉 화면에 비친 평양과 조명으로 구현된 도시 야경	147
〈그림 IV-16〉 2012년 이후 중앙산업미술지도국 업무와 관련 기관, 단체 관계도	152
〈그림 IV-17〉 2018년 영국에서 개최된 북한 그래픽 전시회의 북한 상표	154
〈그림 IV-18〉 조선산업미술창작사의 디자인 도안 모습(좌)과 미림승마구락부 마크(우)	155
〈그림 IV-19〉 김정은 집권 이전 창작된 강성대국 선전화	161
〈그림 IV-20〉 상품 이미지를 나타내는 선전화(2010, 2012, 2015)	161
〈그림 IV-21〉 인민생활 관련 선전화 비교	162
〈그림 IV-22〉 세계지식재산권기구(WIPO)에 등록된 목란 브랜드	164

〈그림 IV-23〉 참매를 상징으로 디자인한 평양국제공항과 놀이기구 회전매	165
〈그림 IV-24〉 소나무 책가방을 소개한 방송편집물	167
〈그림 IV-25〉 민들레 학습장 도안	168
〈그림 IV-26〉 소나무 화면노래반주기(좌), 북새전자기술사의 지능형텔레비전 ‘소나무’(우)	168
〈그림 IV-27〉 평양 메주고추장과 평양담배	169

이 연구는 김정은 시대가 호명한 국가상징의 문화적 형상을 바탕으로 국가상징의 정치적, 경제적, 사회문화적 함의를 브랜드 전략으로 분석했다. 북한의 국가상징 체계는 헌법에 규정된 국가상징(국호(國號), 국기(國旗), 국장(國章), 국가(國歌))과 시대에 따라 새로 제정되고 확장된 국가상징(국화(國花) 목란, 국어(國語) 조선어, 국조(國鳥) 참매, 국수(國樹) 소나무, 국견(國犬) 풍산개, 국주(國酒) 평양소주)으로 구분된다.

대내적으로 국가상징은 애국을 강화하는 목적으로 활용되었다. 세계화와 현대화를 통해 사회주의문명국을 건설하고자 한 김정은 시대의 북한은 김정일애국주의, 우리 국가제일주의를 배경으로 음악, 미술, 영화, 문학 등의 문화예술과 경공업 제품의 디자인, 기업 브랜드에 국가상징을 활용했다. 국가상징의 애국 마케팅은 정치적 차원에서 시작해 생활의 모든 분야에 적용되고 있음을 확인할 수 있었다. 대외적으로는 북한의 국가 이미지를 개선하는 방향으로 활용되었다. 뉴미디어 문법에 맞게 제작된 콘텐츠는 북한을 문화마케팅하고 있었다.

국가상징의 브랜드 전략은 다음 세 가지로 요약할 수 있다. 첫째, 국가상징의 정치 브랜드 전략은 북한의 대외적인 국가 이미지를 긍정적으로 전환하여 국가경쟁력을 높여 국익을 창출하는 것에 있다. 둘째, 경제 브랜드 전략은 정치적 이데올로기 차원의 국가상징을 인민생활 향상의 차원에서 통합하고 경제 활성화를 위한 산업화 전략과 맞물려 있다. 셋째, 사회문화 브랜드 전략은 사회질서를 확립하고 아름다운 언어생활을 하자는 국풍과 국어를 통해 사회주의적 법치를 구현하고, 외부문화를 단속하는 문화통제를 지향하고 있다.

주제어: 국가상징, 국가 이미지, 재문맥화, 브랜드 전략, 뉴미디어

The Cultural Image of National Symbols and Brand Strategy of North Korea

Yee, Ji Sun et al.

In this study, the political, economic and socio-cultural implications of North Korean national symbols established in the Kim Jong Un era are analyzed from the perspective of brand strategy. The national symbology of North Korea consists of symbols specified in its Constitution (country name, national flag, national emblem, and national anthem) and newly-established national symbols, the scope of which has expanded over time (the Magnolia as the national flower, the Chosun language as the national language, the goshawk as the national bird, the pine tree as the national tree, the Pungsan dog as the national dog, and Pyongyang Soju as the national liquor).

Internally, North Korean national symbols are used for the purpose of strengthening patriotism. In the Kim Jong Un era, the goal of which is to build a socialist civilization through globalization and modernization, North Korea has been incorporating national symbols into the design of light industrial products, company brands, and forms of culture and art such

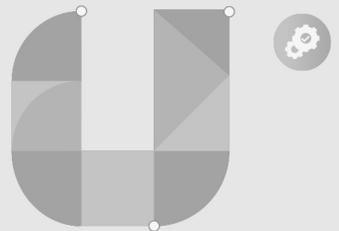
as music, painting, films and literature, against the background of Kim Jong Il's patriotism and the "Our State First" principle. This study confirms that the patriotic marketing of national symbols applies to all areas of life in North Korea as well as the political sphere. Externally, national symbols are used to improve North Korea's national image, and content produced according to the grammar of new media is used as a marketing tool of North Korean culture.

North Korea's brand strategy surrounding its national symbols can be summarized as follows. First, the purpose of the political brand strategy is to promote national interest by converting the negative external image of North Korea into a positive one and thereby to enhance the country's national competitiveness. Second, the economic brand strategy integrates the political ideology embodied in national symbols with the policy of improving people's living standards, which is closely related with the industrialization strategy for economic revitalization. Third, North Korea's socio-cultural brand strategy aims to sustain social order, embed a socialist rule of law through the use of the national language and its promotion, and control the influence of external cultures.

Keywords: National Symbol, National Image, Recontextualization, Brand Strategy, New Media

I. 서론

이지순 통일연구원



1. 연구 목적과 내용

가. 연구 목적

이 연구는 김정은 체제가 ‘현대화’와 ‘세계화’를 표방하며 대내외적으로 경쟁력과 국력을 갖춘 국가를 지향하는 과정에서 호명한 국가상징에 주목하고, 문화콘텐츠로 생산되는 국가상징이 어떤 정치적·경제적·사회문화적 함의를 갖는지 분석하는 것을 목적으로 하고 있다. 또한, 이 연구는 국가상징 표상이 문화 메타포로 작동하는 메커니즘을 파악하여 김정은 체제가 기획하는 브랜드 전략을 밝히고자 한다.

일반적으로 국가상징은 한 국가의 정체성을 그림, 문자, 도형을 이용해 나타낸 것으로 국제사회에서 공식적으로 통용되는 상징체계이다. 또한, 국가상징은 한 국가의 전통과 문화, 역사와 사상을 담고 있어 국가적 자긍심과 국민의 사회적·도덕적 화합을 담고 있으며, 구성원을 통합하는 가치 영역으로, 한 나라를 대표하는 외교적 표상이기도 하다.

대한민국의 공식적인 국가상징은 태극기(국기, 國旗), 애국가(국가, 國歌), 무궁화(국화, 國花), 나라도장(국새, 國璽), 나라문장(국장, 國章) 등 다섯 가지이다.¹⁾ 공식적인 국가상징은 아니지만, 관습적이고 문화적인 차원에서 호랑이는 대한민국의 국가상징 동물이다. 북한은 건국 당시에 국기, 국가(國歌), 국장 등을 헌법에 명시했으며, 김일성 시대에는 국화와 국어(國語)를, 김정일 시대에는 참매를 국조(國鳥)로 지정하여 국가상징 범주를 넓혔다. 일반적으로 세계의 많은 나라가 국호(國號)를 포함해 국기, 국가(國歌), 국화, 국장, 동물 등을 국가상징으로 지정한다. 반면에 북한은 전통적인 민족문화와 문화상징을

1) “국가상징,” 행정안전부 국가기록원, <<https://theme.archives.go.kr/next/symbolKorea/viewMain.do>> (검색일: 2021.10.15.).

전유해 더 많은 분야를 국가상징에 넣었다. 김정은 시대에는 소나무를 나라를 상징하는 나무 국수(國樹)로, 천연기념물이었던 풍산개를 국견(國犬)으로 정한 후, 이어 평양소주를 북한을 대표하는 술이자 국주(國酒)로 지정하며 국가상징을 확대했다.

국가상징은 국가 브랜드의 가치를 담고 있어 세계의 많은 나라가 자국의 이미지를 홍보하는 방편으로 사용하고 있다. 예컨대 미국은 국가상징 동물인 흰머리수리를 국장과 대통령 직인, 대통령기(旗), 정부 기관의 로고로 사용해 강력한 미국의 힘을 대표하고 과시한다. 국기와 국가상징 동물 및 식물을 제품 디자인에 응용하는 사례는 매우 많다. 우리 또한 대한민국의 정보와 긍정적인 이미지를 제공하기 위해 기념품이나 제품 디자인에 국가상징을 활용하는 방안을 일찍이 모색했다.²⁾

국가상징을 통해 자국의 이미지를 알리고 국민의 자긍심을 고취하는 선전 방식은 세계적으로 보편적인 유형에 속한다. 북한이 최근에 보여주는 국가상징 활용 방식도 이의 연장선에서 읽을 수 있다. 북한은 기존에 제정되었던 국가상징을 재교육하고, 새롭게 제정된 국가상징의 종류와 의미를 알리기 위해 언론매체와 대중지, 학교 교육의 콘텐츠로 제작하고, 예술로 형상화했다.

2) 대한민국의 국가상징을 디자인에 활용하는 연구는 상당히 많다. 태극기와 무궁화를 비롯해 국새, 우리의 대표 문자인 한글을 디자인 조형에 활용해 대한민국의 브랜드 가치를 높이고자 하는 시도는 다방면에서 이루어졌다. 이에 대해서는 김영희, “국가상징물 태극기를 소재로 한 디자인 활용방안에 관한 연구,” 『한국디자인포럼』, 제3집 (1998); 김영희·최수정, “국가 상징물 이미지 통합연구,” 『디자인학연구』, 제14권 3호 (2001); 김영만, “국가브랜드 가치 제고를 위한 무궁화의 활용 방안 연구,” 『한민족문화연구』, 제32집 (2010); 김일관, “한글을 활용한 국가상징 기념상품 디자인 연구,” 『조형미디어학』, 제17권 4호 (2014); 구분혜·김미현, “네오 팝아트 방식을 적용한 국가상징 패턴 개발-무궁화, 태극기, 국새를 중심으로,” 『복식문화연구』, 제23권 4호 (2015); 이진규, “국가상징의 융합적인 활용을 통한 홍보연구,” 『한국과학예술융합학회』, 제23집 (2016) 등을 참조해 볼 수 있다.

김정은 시대의 국가상징은 고난을 이겨내고 승리한 역사와 전통을 스토리텔링으로 구조화했다. 이는 현재의 대북제재 위기나 국제적 고립을 극복하여 국가의 위상을 강화하는 목표와 가치를 창출하도록 매개한다.³⁾ 또한, 국가상징의 문화적 활용은 김정은 체제의 정책 방향과 관련되어 있다. 김정은 시대 국가상징은 이념으로서 ‘우리 국가제일주의’와 연결되고, 경제에서는 상품 디자인과 문화산업, 사회문화에서는 애국주의와 연결되어 활용되고 있다. 국가상징을 소재로 한 노래나 소설, 영화나 드라마는 사회적으로 국가의 의미를 재인식하도록 했다. 기업 로고나 엠블럼, 상품명에 활용되는 국가상징은 애국의 차원에서 홍보되었다.

이 연구는 예술 부문뿐만 아니라 일상의 세부적인 요소에 적용된 국가상징에 주목한다. 김정은 시대의 국가상징은 다양한 차원에서 전 국가적으로 작동하고 있다. 대내적으로 구성원을 하나로 결집하는 상징기호로 사용되고 있으며, 대외적으로 국가의 공식성을 알리고 국가 이미지를 긍정적으로 알리는 매개체로 활용되고 있다. 따라서 이 연구는 김정은 집권 시기를 중심으로 국가상징이 활용되는 맥락을 분석하여 정치적·경제적·사회문화적 함의를 밝히고, 김정은 시대 국가상징이 갖는 브랜드 전략을 도출하고자 한다.

나. 연구 내용

본 연구의 구체적인 내용은 다음과 같다.

II장에서는 북한의 국가상징 체계를 정리한다. 국가상징 체계는 법 규정 국가상징과 확장된 국가상징으로 나눌 수 있다. 먼저, 법 규정 국가상징은 북한 창건과 동시에 만들어진 것으로, 국호·국기·국

3) 이지순, “‘우리국가제일주의’의 문화예술적 표상과 시사점,” 『KINU Insight』, No. 4 (2019), p. 7.

장·국가(國歌)가 중심이다. 이와 함께 국가상징으로 규정되지는 않았으나 국가상징의 지위에서 헌법에 명시된 수도에 대한 것도 포괄하여 정리한다. 다음으로, 문화와 전통을 전유한 확장된 국가상징은 1960년대 국가상징으로 표명된 국화와 국어, 김정일 시대에 지정된 국조, 김정은 시대에 국가상징으로 확대된 국수·국견·국주를 중심으로 한다.

Ⅲ장은 국가상징의 재문맥화를 분석한다. 첫째, 국가상징의 재문맥화 배경은 ‘김정일애국주의’와 ‘우리 국가제일주의’를 통해 이념적으로 살피고, 국가주의가 평양의 브랜드화로 연결되는 부분을 분석한다. 둘째, 법 규정 국가상징의 재문맥화를 분석한다. 시각문화와 음악, 영화, 공연예술에서 국호·국기·국장·국가(國歌)가 문화적으로 형상화되는 양상을 주로 살펴볼 것이다. 셋째, 확장된 국가상징의 재문맥화를 분석한다. 경공업 제품의 디자인과 브랜드 마크, 공연예술 등을 통해 국화·국어·국수·국조·국견·국주가 문화적으로 형상화되는 양상을 살펴본다. 국가상징의 재문맥화는 예술 부문과 상품 디자인, 대중선전과 교육 양상 등을 포괄하여 분석한다.

Ⅳ장은 국가상징의 브랜드 전략을 정치, 경제, 사회문화 부문 중심으로 분석한다. 첫째, 정치 브랜드 전략은 뉴미디어를 활용해 국가 이미지를 제고하는 방안으로 국가상징을 활용하는 양상을 분석한다. 둘째, 경제 브랜드 전략은 산업미술과 디자인 분야에서 국가상징을 브랜드로 활용하는 양상을 분석한다. 셋째, 사회문화 브랜드 전략은 국풍(國風)으로 강조되는 애국주의를 중심으로 분석한다.

위의 과정을 통해 북한이 공식적으로 명시한 국가상징 표상이 문화 메타포로 작동하는 매커니즘과 김정은 체제가 국가상징 재문맥화로 구성하고자 하는 브랜드 전략을 밝힐 수 있을 것이다.

2. 연구 범위와 방법

가. 연구 범위와 대상

이 연구는 국가상징이 어떻게 문맥에 드러나고 형성되는지 분석하여 북한의 브랜드 전략을 도출하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 문헌, 이미지, 영상 자료와 뉴미디어를 분석 대상으로 한다.

문헌 자료는 다양한 층위에서 조사, 분석한다. 우선 헌법을 비롯한 각종 법규정, 김일성·김정일·김정은의 저작물을 통해 국가 담론의 변화를 살펴본다. 다음으로 로동신문과 조선중앙통신 등 언론 매체, 조선문학, 조선예술과 같은 문화예술 전문 매체를 조사한다. 또한, 영어와 중국어 등으로 작성된 해외 홍보 자료도 주요 분석 대상이다.

이미지와 영상 자료는 국가상징을 반영하는 문화적 형상으로서 조사, 분석 대상이다. 〈빛나는 조국〉과 〈인민의 나라〉와 같이 국가 주의를 강조한 대집단체조와 예술공연, 〈조국찬가〉와 〈우리의 국가〉와 같은 가요, 국가상징을 종자로 한 〈우리 집 이야기〉 등은 예술 부문에서 국가 이미지와 상징, 브랜드 전략을 살펴볼 수 있는 분석 대상이다. 또한, 중앙산업미술전람회에서 발표된 상표와 도안, 상품·연하장·달력과 같은 그래픽, 선전화도 일상을 누비는 이미지 자료로 분석한다.

마지막으로 북한의 최근 변화를 담아내고 대외 홍보를 전략적으로 구성한 뉴미디어를 분석한다. 해외 발신용 웹사이트에 탑재된 이미지와 텍스트, 동영상 등은 북한이 자국을 어떻게 브랜드화하는지 보여주는 자료이다.

나. 연구 방법

이 연구는 국가상징의 문화적 형상이 북한의 브랜드 전략을 함의한다고 전제한다. 이를 위해 국가상징을 내포한 문헌과 이미지를 중요 분석 대상으로 하여 국가상징이 심층과 표층에서 어떤 의미 작용을 하는지 밝힌다.

국가상징이 표상된 문화적 형상물은 대집단체조와 예술공연, 음악, 영화, 포스터, 달력, 우표, 상품 로고와 디자인, 잡지 표지 등을 망라하고 있다. 국가상징은 예술작품뿐만 아니라 생필품, 뉴미디어 콘텐츠, 대외 선전 웹사이트에 분명하고 확실한 톤으로 제시되고 있다. 국가상징을 전달하는 미디어 또한 다양한 층위에서 논의할 수 있다. 기본적으로는 문헌과 이미지로 양분하여 접근함으로써 분석의 밀도를 높이고자 한다.

문헌은 국가상징이 북한 사회의 인지 구조에 어떻게 개입하는지 분석하기 위한 담론의 토대이다. 국가상징의 의미와 역할을 큰 틀에서 제시한 기사와 국가상징 각론을 언급한 기사들을 수집하고, 이를 바탕으로 국가상징의 재문맥화를 분석한다. 이 과정에서 국가상징이 김정은 시대 들어와 어떻게 대두되고 선전되는지, 국가상징이 북한 주민들의 사고와 행동에 영향을 주기 위해 어떤 수사학적 맥락을 사용하는지 살펴볼 수 있다. 또한, 문헌 분석을 통해 국가상징의 의미 구조를 분석할 수 있으며, 국가상징 각론을 통해 메시지 형성과 전달 양상도 살펴볼 수 있다.

이미지 분석은 국가상징의 문화적 형상을 중심으로 한다. 도상 기호로 제시되는 국가상징은 시각적 이미지를 중심으로 하지만, 애국가의 청각적 기호나 국어의 언어적 기호로 제시될 수도 있다.

국가상징은 일차적인 표층 의미와 핵심적인 문화코드로 작동하는 심층 의미, 표층 의미와 심층 의미를 연결하는 스토리텔링으로 구조

화하여 분석할 수 있다.

국가상징의 표층 의미는 문헌과 시각적 이미지로 제시되는 일차적 의미이다. 표층 의미는 명징하고 직관적인 인지를 통해 달성된다. 국가상징의 표층 의미는 도상적, 조형적, 상징적 추론을 바탕으로 국가상징을 하나의 체계로 수용하도록 견인한다. 이 과정에서 전통적인 민족문화와 사회주의적인 혁명문화가 국가주의와 민족주의와 길항하며 국가상징의 서사로 스토리텔링되는 양상을 분석할 수 있다. 이때 서사 구조는 문헌에서 언어적 텍스트로 구성되거나, 예술 분야에서 시각과 청각을 동원한 감각적 텍스트로 구성된다. 또한, 국가상징 체계의 비주얼 기호가 내면화되며 문화적 메타포로 작동하는 양상을 함께 분석할 수 있다.

마지막으로 국가상징이 전달하고자 하는 핵심 가치와 문화코드는 심층 의미 분석에서 밝힐 수 있다. 국가상징의 심층 의미는 브랜드 전략으로 종합될 것이다. 즉, 북한이 국가상징을 리세팅(resetting)하는 과정에서 국가상징을 둘러싼 서사를 통해 특정한 핵심 가치를 심층에 구조화하며 일상의 범주로 확대하여 대중화하는 양상을 분석하게 될 것이다.

이 연구는 연구책임자의 연구계획에 기초하여 연구자들의 공동조사와 토론을 수렴하며 진행한다. 연구진의 집필 분담은 다음과 같다. 연구책임자는 I 장 서론, III장 1절과 4절, IV장 1절과 4절, V장 결론을 책임 집필하고, 공동연구자 이무경은 II장 1절과 IV장 2절을, 전영선은 II장 2절과 III장 3절을 책임 집필한다. 공동집필 부분은 II장 3절(이무경, 전영선), III장 2절(이지순, 이무경), IV장 3절(이지순, 전영선)이다. 연구책임자는 원고 전체를 조율하고 재구성할 예정이다.

II. 북한의 국가상징 체계

이무경 건국대학교
전영선 통일디자인연구소



북한의 국가상징은 헌법에 규정된 국가상징과 문화적으로 확장된 국가상징으로 크게 나뉜다. 초대 「헌법」에는 국호, 국기, 국장, 국가(國歌), 수도(首都)가 규정되어 있다. 1960년대 김일성 시대에 국어와 국화가, 2000년대 김정일 시대에 국조가 추가되었다. 김정은 집권 이후에는 국수, 국견, 국주로 확장되었다.

II장은 국가상징의 체계를 종합해 살펴본다. 1절 ‘법 규정 국가상징’에서는 북한의 헌법이 규정하고 있는 국호, 국기, 국장, 국가(國歌), 수도에 대한 내용을 다룬다. 정부 수립 이전부터 진행되어 온 국호, 국기, 국장, 국가(國歌), 수도에 관련된 김일성의 교시, 준비위원회 내부의 논의 과정, 이후의 반응 등에 대해서도 아울러 기술한다. 2절 ‘확장된 국가상징’은 헌법이나 법률이 명확하게 규정하고 있지 않지만, 최고지도자의 교시 등을 통해 국가상징으로 통용되고 있는 국화·국어·국조·국수·국견·국주 등을 체계적으로 살펴본다.

II장은 북한의 국가상징 체계를 법령, 각종 출판물, TV 방송 등을 참고하여 지정 경위와 과정, 의미 등을 체계화하고 III장과 IV장 분석의 기초 자료를 제공한다.

1. 법 규정 국가상징

제정 「헌법」에 규정된 국가상징은 국호, 국기, 국장이다. 국가(國歌)는 1992년 개정 「사회주의헌법」에 규정되었다. 수도는 헌법에서 국가상징으로 규정되지는 않았으나, 사회주의 수도로서 국가상징의 지위에 준하는 위치에서 제정 「헌법」에 규정되어 왔다. 다음 각 항목에서 헌법에 규정된 국가상징의 맥락을 살펴보도록 한다.

가. 국호

북한은 지난 1948년 9월 8일 최고인민회의 제1기 제1차 회의에서 「헌법」을 제정했다. 제정 「헌법」 제1조는 “우리나라는 조선민주주의 인민공화국이다”라고 규정해 국호를 ‘조선민주주의인민공화국’으로 선포했다.⁴⁾ 이와 함께 북한 「헌법」은 국호, 국기, 국장 등 국가상징에 관한 조항을 포함하고 있다.

1947년 북한은 남한보다 서둘러 「헌법」 제정을 위한 준비 과정에 돌입했다. 같은 해 11월 16일, 북조선인민회의 제3차 회의에서는 「조선임시헌법 제정 준비에 관한 보고」를 진행했고, 다음날에 곧바로 ‘조선임시헌법제정위원회’가 발족했다.⁵⁾

1948년 12월 20일 제2차 조선임시헌법제정위원회에서 「헌법」 초안이 통과된 이후 현재까지 북한 「헌법」은 국호를 ‘조선민주주의인민공화국’으로 규정하고 있다. 1972년 12월 27일 최고인민회의 제5기 제1차 회의에서 채택된 「사회주의헌법」 제1장 ‘정치’ 제1조는 “조선민주주의인민공화국은 전체 조선인민의 리익을 대표하는 자주적인 사회주의 국가이다”라고⁶⁾ 밝히면서 국호와 함께 국가의 정체성을 사회주의 국가로 명시했다. 영문으로 북한의 국호는 DPRK(Democratic People’s Republic of Korea)로 표기된다.

1998년 9월 5일 최고인민회의 제10기 제1차 회의에서 개정된 「사회주의헌법」은 ‘서문’을 도입했다. 서문의 수정은 북한이 규정한 국가의 성격을 유추할 수 있는 요소이다. 1998년 개정 「사회주의헌법」

4) 김광운, 『북조선실록: 년표와 사료, 22, 1948.08.08. -1948.09.10.』 (서울: 코리아 데이터 프로젝트, 2018), p. 651.

5) “1948년 제정된 조선 민주주의 인민 공화국 헌법: 해설,” 우리역사넷, <http://contents.history.go.kr/front/hm/view.do?treeId=020108&tabId=01&levelId=hm_152_0020> (검색일: 2021.10.21.).

6) 장명봉 편, “조선민주주의인민공화국 사회주의헌법(1972년 채택),” 『북한법·통일법 연구 기초자료집: 2015 최신 북한법령집』 (서울: 북한법연구회, 2015), p. 29.

서문의 첫 문장 “조선민주주의인민공화국은 위대한 수령 金日成동지의 사상과 영도를 구현한 주체의 사회주의 조국이다”라는⁷⁾ 선언은 김정일 사후에 서문을 수정하기 전까지 유지되었다. 헌법의 서문은 수령의 지배권을 법적으로 보장하면서 「사회주의헌법」을 김일성의 헌법으로 동일시하여 국가의 성격을 김일성의 나라로 규정하고 있음을 보여준다.

한편, 김정일 사후 개정된 2012년 「사회주의헌법」에서는 2011년 사망한 김정일을 언급한 문구도 추가되어, 김일성·김정일로 이어지는 백두혈통에 의한 사회주의 통치 체제임을 밝히고 있다. 2012년 4월 13일 개정된 「사회주의헌법」 서문에는 “조선민주주의인민공화국은 위대한 수령 김일성동지와 위대한 령도자 김정일동지의 사상과 영도를 구현한 주체의 사회주의조국이다”라고⁸⁾ 규정했다. 김일성의 헌법과 나라에서 김일성·김정일의 헌법과 나라로 바뀐 것이다. 이는 헌법이 수령의 직접적 영도가 후계자에게 계승되고 있음을 강조하는 것으로,⁹⁾ 김정은의 정권 안착과 관련되어 있다.

2019년 4월 11일과 8월 29일에 개최된 최고인민회의 제14기 제1, 2차 회의를 거쳐 수정·보충된 2019년 개정 「사회주의헌법」은 2012년 개정 「사회주의헌법」의 서문을 다시 수정했다. 2019년 개정 「사회주의헌법」 서문은 김일성과 김정일의 ‘사상과 영도를 구현한’ ‘사회주의 조국’에서 ‘사상과 업적이 구현된’ 사회주의 ‘국가’에 방점을 찍고 있다. 2012년 「사회주의헌법」 서문의 능동형 수식어 ‘구현한’이 의미하는 것은 김일성과 김정일이 북한의 정체성을 규정하고 당위화한다는 점이다. 반면에 2019년 개정 「사회주의헌법」의 수동형 수식

7) 위의 글, p. 49.

8) “법률정보서비스 예스로, “조선민주주의인민공화국 사회주의헌법(2012년 4월 13일 개정) 서문,” <<http://www.yeslaw.com/lims/front/page/fulltext.html?pAct=view&pPromulgationNo=172115>> (검색일: 2021.10.23.).

9) 손희두, 『북한 법이념의 변화와 남북한 법계협력』 (서울: 한국법계연구원, 2014), p. 42.

어 ‘구현된’은 수식받는 ‘국가’를 의지적으로 강조하고 있다.¹⁰⁾ 이로써 2019년 개정 「사회주의헌법」은 서문과 제1조 모두 ‘사회주의국가’의 국가성을 강조하는 양상을 보여주고 있다.

국호와 관련하여 북한 헌법에서 규정하고 있는 내용을 정리하여 도표화하면 다음과 같다.

〈표 II-1〉 국호 관련 헌법 규정

시기	헌법 제1조	서문
1948년	우리나라는 조선민주주의인민공화국이다.	없음
1972년	조선민주주의인민공화국은 전체 조선인민의 이익을 대표하는 자주적인 사회주의 국가이다.	없음
1992년	상동	없음
1998년	상동	조선민주주의인민공화국은 위대한 수령 김일성동지의 사상과 령도를 구현한 주체의 사회주의조국이다.
2009년	상동	상동
2010년	상동	상동
2012년	상동	조선민주주의인민공화국은 위대한 수령 김일성동지와 위대한 령도자 김정일 동지의 사상과 령도를 구현한 주체의 사회주의조국이다.
2016년	상동	상동
2019년	상동	조선민주주의인민공화국은 위대한 수령 김일성 동지와 위대한 령도자 김정일 동지의 국가건설 사상과 업적이 구현된 주체의 사회주의국가이다.

출처: 장명봉 편, “조선민주주의인민공화국 헌법(1948년 채택),” 『북한법·통일법 연구 기초자료집: 2015 최신 북한법령집』, p. 21; 장명봉 편, “조선민주주의인민공화국 사회주의헌법(1972년 채택),” 『북한법·통일법 연구 기초자료집: 2015 최신 북한법령집』, p. 29; 장명봉 편, “조선민주주의인민공화국 사회주의헌법(1998년 수정보충),” 『북한법·통일법 연구 기초자료집: 2015 최신 북한법령집』, p. 49; 법령정보서비스 예스로, “조선민주주의인민공화국 사회주의헌법(2012),” <<http://www.yeslaw.com/lms/front/page/fulltext.html?pAct=view&pPromulgationNo=172115>> (검색일: 2021.10.23.); 통일법제데이터베이스, “조선민주주의인민공화국 사회주의헌법(2019),” <https://www.unilaw.go.kr/bbs/selectBoardList.do?bbsId=BBSMSTR_00000000021&bbsSubId=001> (검색일: 2021.10.23.) 참조, 저자 저작성.

10) 이지순, “김정은 시대 국가주의와 문화적 퍼포먼스,” 『동아시아문화연구』, 제81집 (2020), p. 136.

나. 국기

북한의 국기는 1948년 조선민주주의인민공화국 출범과 함께 국기로 제정되었다. 「헌법」 제정 당시부터 제9장 ‘국장, 국기 및 수부’에 의해 그 형태와 색, 도안이 규정되어 오늘에 이르고 있다. 북한 국기 제정 이전에는 태극기가 남북한 공통의 국기로 사용되었다.¹¹⁾

1948년 「헌법」 제102조는 “조선민주주의인민공화국의 국기는 흰으로 가운데 붉고 아래위로 희고 푸른 세 빛의 기폭에다가 깃대달린 편 붉은 폭의 흰 동그라미 안에 붉은 오각별이 있다. 기폭의 종횡비는 1대 2로 한다”고¹²⁾ 규정하고 있다.

북한은 「헌법」과 「국기법」으로 국기의 규격과 제작, 사용, 보관, 게양식 등에 관해 여섯 장에 걸쳐 규정하고 있다.¹³⁾ 북한 국기의 제작에 관해서는 제6장 “국기제작과 사용, 게양식, 보관관리에 대한 지도통제”의 “부록1”을 통해 상세하게 설명한다.¹⁴⁾

11) 1946년 북한이 발행한 50전 우표에는 김일성의 초상화 이미지 뒤로 태극기 이미지가 선명하게 나타나 있다.

12) 장명봉 편, “조선민주주의인민공화국 사회주의헌법(1972년 채택)”, 『북한법·통일법 연구 기초자료집: 2015 최신 북한법령집』, p. 27.

13) 「국기법」은 제1장 국기법의 기본, 제2장 국기규격과 제작, 제3장 국기사용, 제4장 국기게양식, 제5장 국기보관관리, 제6장 국기제작과 사용, 게양식, 보관관리에 대한 지도통제 등 6장에 걸쳐 서술하고 있다. 국가정보원, 『북한법령집(상)』 (서울: 국가정보원, 2020), pp. 102~110.

14) 「국기법」의 국기색의 폭과 붉은 별, 흰 동그라미의 가운데 점, 흰 동그라미, 붉은 별, 외접원 직경의 비를 규정한 부록1의 내용은 다음과 같다. “1. 국기를 세로 6등분하여 6분의 1을 각각 아래우의 푸른 폭으로 하며 남은 6분의 4를 24등분하여 24분의 1을 각각 아래우의 흰 폭으로 하고 24분의 22를 붉은 폭으로 한다. 2. 붉은 별의 가운데점과 흰 동그라미의 가운데점은 국기의 세로 2등분선과 국기대쪽의 가로 3등분선과의 사립점이다. 3. 흰 동그라미의 직경은 국기의 붉은 폭과 흰 폭을 합한 세로의 3분의 2의 길이이며 붉은 별의 외접원의 직경은 흰 동그라미의 직경에서 흰 폭 세로의 2분의 1을 뺀 길이이다. 붉은 별의 끝은 흰 동그라미의 둘레에 붙지 않는다.” “부록1,” 위의 책, p. 109.

〈표 II-2〉 국기 관련 헌법 규정

시기	법 조항	내용	비고
1948년	제9장 국장, 국기 및 수부 제102조	조선민주주의인민공화국의 국기는 횡으로 가운데 붉고 아래위로 희고 푸른 세 빛의 기폭에다가 깃대달린 편 붉은 폭의 흰 동그라미 안에 붉은 오각별이 있다. 기폭의 종횡비는 1대 2로 한다.	
1972년	제11장 국장, 국기 및 수도 제148조	조선민주주의인민공화국의 국기는 기발의 가운데에 넓은 붉은 폭이 있고 그 아래 우에 가는 흰 폭이 있으며 그 다음에 푸른 폭이 있고 붉은 폭의 기대달린쪽 흰 동그라미 안에 붉은 오각별이 있다. 기발의 세로와 가로 의 비는 1대 2이다.	내용을 읽고 머릿속으로 쉽게 떠올릴 수 있도록 표현을 수정
1992년	제7장 국장, 국기, 국가, 수도, 제169조(내용은 상동)		
1998년	제7장 국장, 국기, 국가, 수도, 제164조(내용은 상동)		
2009년	제7장 국장, 국기, 국가, 수도, 제170조(내용은 상동)		
2010년		상동	
2012년		상동	
2016년		상동	
2019년		상동	

출처: 장명봉 편, “조선민주주의인민공화국 헌법(1948년 채택),” 『북한법·통일법 연구 기초자료집: 2015 최신 북한법령집』, p. 27; 장명봉 편, “조선민주주의인민공화국 사회주의헌법(1972년 채택),” 『북한법·통일법 연구 기초자료집: 2015 최신 북한법령집』, p. 37.

국기의 도안은 1948년 「헌법」 제정 당시부터 현재까지 같지만, 헌법의 설명은 미세하게 변했다. 1972년 개정 「사회주의헌법」이 제 148조에서 규정한 국기 조항 “기발의 가운데에 넓은 붉은 폭이 있고 그 아래 우에 가는 흰 폭이 있으며 그 다음에 푸른 폭이 있고 붉은 폭의 기대달린쪽 흰 동그라미 안에 붉은 오각별이 있다. 기발의 세로와 가로의 비는 1대 2이다”¹⁵⁾ 문구만 보고도 이해하기 쉽게 설명되

15) 장명봉 편, “조선민주주의인민공화국 사회주의헌법(1972년 채택),” 『북한법·통일법 연구 기초자료집: 2015 최신 북한법령집』, p. 37.

었다. 이후 개정 「사회주의헌법」의 조항은 변동되었지만, 국기 도안에 대한 설명은 1972년의 내용이 현재까지 동일하게 유지되고 있다.

도안을 만들 당시에 ‘보습’과 ‘경복궁’을 국기와 국장에 넣자는 주장은 “반당반혁명분자들”의 “얼빠진 주장”을 일축하고 김일성과 김정숙의 “세심한 지도”로 현재의 모습이 되었다고 설명되고 있다.¹⁶⁾ 당시 국기와 국장 도안에 여러 세력이 각축했던 것을 보여준다.

북한은 1978년 국가 창건 30주년을 기념해 건국 공로자들을 시상하고, 공로자들의 회고록인 『은혜로운 품속에서』를 출판했다. 당시 국기와 국장을 도안한 공로로 수상한 월북 미술가 김주경은 이 책에서 김일성으로부터 국장과 국기의 도안을 지시받은 경위, 도안의 내용과 특징, 국기의 도안에 대한 반응 등에 대해 상세하게 서술했다.

김주경의 회고에 따르면, 그가 북한 국기와 국장의 도안을 맡게 된 것은 1947년 11월 중순 「헌법」 제정 사업을 발기하는 제정위원회 의 성원으로 참여하면서부터였다. 당시 국기와 국장 도안의 주요 원칙은 다른 나라의 것과 다르게 완전히 새롭고 ‘조선적인 것’이 되어야 한다는 것에 있었다. “조선공산주의자들의 숭고한 애국주의 정신”을 담아 “조선민민이 당의 주위에 굳게 단결하여 조국의 통일독립과 번영을 위한 투쟁에 몸 바쳐 싸우려는 애국적 열의와 혁명승리의 불패의 위력을 표현”하는 것이 중요 내용이었다.¹⁷⁾

국가 창건 초기부터 국기와 국장이 국가를 표지하는 중요한 상징임은 분명히 인식하고 있던 것으로 보인다. 김주경의 회고록이 출판되던 당시 김일성의 유일지배 체제를 공고히 하는 역사쓰기가 개입하고 있지만, 국기와 국장 도안의 중요 원칙과 원리를 파악하는 데 참조점이 된다.

16) “국장, 국기도안가가 받아안은 사랑,” 『로동신문』, 2014.9.9.

17) 김주경, “우리나라 국장과 국기에 깃든 이야기,” 『은혜로운 품속에서』 (평양: 문예출판사, 1978), pp. 6~9.

김주경의 회고록에 따르면, 국기에 들어가야 할 내용의 첫 자리에 ‘혁명전통’을 놓아 올바른 대를 세울 수 있는 초석을 놓았고, 다음으로 해방된 인민의 혁명투쟁과 그 승리의 전망을 제시하여 도안에 담아야 할 사상적 내용의 구획이 명확하면서도 일관성 있게 되었다고 적었다. 즉 과거-현재-미래를 북한 정권의 영광스러운 전통, 보람찬 오늘의 투쟁, 빛나는 미래로 담았다는 것이다. 또한, 국기의 붉은 색은 항일정신과 애국적 열의를, 푸른색은 세계의 인민들과의 단결을, 흰색은 조선 민족의 민족적 특징인 결백성과 근면성, 그리고 애국적 지조와 부합되는 색채를 상징한다고 밝혔다.¹⁸⁾

〈표 II-3〉 북한 국기의 도안과 상징적 의미

북한 국기		도안 제작 방식	
			
색채 의미		도안 의미	
붉은색	항일선열 애국주의정신 인민의 애국적 열의	중앙 붉은 면	항일정신을 계승하는 애국적 열의
푸른색	세계 혁명적 인민들과의 단결	푸른 두 개 폭	세계 혁명적 인민들과 함께 싸워나가기려는 염원
흰색	민족의 결백성, 근면성, 애국적 지조	흰색 두 줄	조국의 영원한 번영
		붉은 오각별	수령의 현명한 영도

출처: 저자 정리

혁명전통과 이를 계승한 애국적 열의를 상징하는 붉은 색이 국기의 6분의 4를 차지하고, 붉은색 선과 평행하는 두 개의 흰 줄은 조선 민족의 영원한 번영을 표현한다. 흰색 선의 위아래로 평행하는 푸른

18) 위의 책, pp. 9~14.

색은 세계의 혁명적 인민들과의 연대를 의미한다는 것이다.¹⁹⁾ 또한, 김주경은 깃대 쪽의 흰색 동그라미 안의 붉은 오각별은 “조선인민의 빛나는 승리의 전망을 상징”하도록²⁰⁾ 한 김일성의 ‘현명한 영도’라고 기록했다. 중심이 아닌 깃대 쪽으로 치우쳐진 동그라미의 위치는 ‘향도적 위치’, 즉 전체 인민을 이끌어가는 지도력을 상징하는 것임을 드러내고 있다.²¹⁾

이상에서 살펴본 북한의 국기 이미지와 도안 이미지, 그리고 각각의 구성 요소가 의미하는 바를 도표화하면 앞과 같다. ‘람홍색 공화국기’는 1948년 9월 9일 공화국 수립 선포와 함께 북한 국기로 제정되어 현재까지 북한을 나타내는 가장 중요한 국가상징이다. 즉 북한 국기는 ‘항일투쟁의 정신을 계승한 인민들의 애국적 열의를 바탕으로 김일성의 영도에 따라 세계 혁명적 인민들과 연대하면서 민족의 번영을 향해 나아간다는 이상을 구현’한 것이라고 할 수 있다.

다. 국장

국장은 한 국가의 문장(紋章)이다. 문장은 고대 서양에서부터 유명한 가문이나 단체 등이 자신만의 존재를 나타내는 부호로 널리 사용한 것에서 기원을 찾을 수 있다. 오늘날은 하나의 특정 단체로부터 크게는 국가 차원에 이르기까지 자신의 계보나 권위를 상징하는 장식적인 표지(標識)로 널리 사용되고 있다.²²⁾

북한의 국장은 「헌법」 제정 당시부터 규정되었다. 1948년 「헌법」 제9장 ‘국장, 국기 및 수부’의 101조는 다음과 같이 국장을 정의하고 있다.

19) 위의 책, pp. 12~15.

20) 위의 책, p. 24.

21) 위의 책, p. 25.

22) 정현규, 『이제 통일한국의 상징을 준비할 때다』 (서울: 도서출판 삶과꿈, 2003), p. 147.

제101조 조선민주주의인민공화국의 국장은 《조선민주주의인민공화국》이라는 글자를 쓴 띠로 벼이삭을 묶은 테두리안에 웅장한 발전소가 있고 그 우로부터 빛발이 내리어 비치는 붉은 별이 있다.²³⁾

월북 미술가 김주경이 1947년 11월 헌법제정위원회 위원으로 참여했을 당시, 국장 도안에 관여한 김일성의 말을 다음과 같이 기록했다.

국장에는 항일무장투쟁의 빛나는 전통을 이어받은 조선인민이 당의 주위에 굳게 단결하여 우리 조국의 완전자주독립과 장래 번영과 진보를 위하여 굳세게 싸워나아가간다는 것을 보여주어야 합니다. 또한 로동계급을 핵심으로 하는 로동동맹에 기초한 광범한 인민대중의 통일단결과 함께 강력한 현대적민족공업발전과 선진적농업발전을 이룩할 찬란한 전망을 표현하여야 합니다.²⁴⁾

김일성의 교시에 따라 국장은 벼이삭을 땀은 붉은 띠를 테두리로 타원형 모양으로 만들어졌다. 벼알이 몇 개인지 묻는 김일성에게 김주경은 “가장 잘 된 벼이삭에 110알이 달린다고 하여 양쪽을 110개로 했다”고²⁵⁾ 답했으나, 현재 국장의 벼 낱알은 모두 124알이다. 이 부분은 훗날 수정된 것으로 보인다.

또한, 국장의 중앙 부분의 도안은 처음의 계획과 달라졌음을 서술했다. 당초에는 용광로를 그려 넣으려 했다가, 완성 직전 아래와 같은 김일성의 교시에 따라 수력발전소로 교체되었다는 것이다.

우리나라의 자립적민족공업과 농업을 발전시키는데 있어서 전력은 동력으로 됩니다. 공업도, 농업도 전력이 없이는 발전할수 없

23) 장명봉 편, “조선민주주의인민공화국 헌법(1948년 채택), 『북한법·통일법 연구 기초 자료집: 2015 최신 북한법령집』, p. 27.

24) 김주경, 『은혜로운 품속에서』, p. 9.

25) 위의 책, p. 20.

습니다. 그렇기 때문에 발전소를 넣는 것이 적당할 것 같습니다.
발전소로 하면 색조도 아름답게 될것입니다.²⁶⁾

이와 함께 김일성은 국기에 들어간 붉은 오각별을 국장의 상단 중앙에도 배치할 것을 교시하여 국기와 함께 국장에도 오각별이 위치하게 되었음을 서술했다.²⁷⁾

〈표 II-4〉 국장 관련 헌법 규정

시기	법 조항	내용	비고
1948년	제9장 국장, 국기 및 수부, 제101조	조선민주주의인민공화국의 국장은 《조선민주주의인민공화국》이라는 글자를 쓴 띠로 베이스를 묶은 테두리 안에 웅장한 발전소가 있고 그 위로부터 빛발이 내리어 비치는 붉은 별이 있다.	
1972년	제11장 국장, 국기 및 수도, 제147조	조선민주주의인민공화국의 국장은 《조선민주주의인민공화국》이라고 쓴 붉은 띠로 뿔아 올려 감은 베이스의 타원형 테두리 안에 웅장한 수력발전소가 있고 그 위에 찬연히 빛나는 붉은 오각별이 있다.	일부 표현 변화
1992년	제7장 국장, 국기, 국가, 수도, 제168조	조선민주주의인민공화국의 국장은 《조선민주주의인민공화국》이라고 쓴 붉은 띠로 뿔아올려 감은 베이스의 타원형 테두리 안에 웅장한 수력발전소가 있고 그 위에 혁명의 성산 백두산과 찬연히 빛나는 붉은 오각별이 있다.	‘혁명의 성산 백두산’ 문구 추가 도안의 백두산과 발전소 등 부분적 변화
1998년	제7장 국장, 국기, 국가, 수도, 제163조(내용은 상동)		
2009년	제7장 국장, 국기, 국가, 수도, 제169조(내용은 상동)		
2010년		상동	
2012년		상동	
2016년		상동	
2019년		상동	

출처: 장명봉 편 “조선민주주의인민공화국 헌법(1948년 채택),” 『북한법·통일법 연구 기초자료집: 2015 최신 북한법령집, p. 27; 장명봉 편 “조선민주주의인민공화국 사회주의헌법(1972년 채택),” 『북한법·통일법 연구 기초자료집: 2015 최신 북한법령집, p. 37; 장명봉 편 “조선민주주의인민공화국 사회주의헌법(1992년 수정보충),” 『북한법·통일법 연구 기초자료집: 2015 최신 북한법령집, p. 48 참조, 저자 재작성 강조.

26) 위의 책, p. 28.

27) 위의 책, p. 24.

1972년 「사회주의헌법」 147조는 제정 「헌법」 문구 표현만 약간 바꾸었을 뿐, 도안의 구성이나 색채 등은 그대로 유지되었다. 반면에 1992년 「사회주의헌법」에는 국장에서 ‘혁명의 성산 백두산’이라는 표현이 추가됐다. 이전에 사용하던 국장에도 붉은 오각별 아래 다섯 산이 위치했으나, 1992년 이후의 국장 도안에서는 오로지 백두산만 자리 잡은 것으로 수정됐다. 수력발전소와 송전탑의 모양, 그리고 댐의 물결 모양에서도 미세하게 다른 부분이 포착된다. 색채는 전반적으로 부드럽고 연한 색조로 변화됐다. 산의 색채는 흰색과 푸른색의 강한 대비에서 흰색과 연한 푸른색의 약한 대비로 완화되었고, 댐의 건물 색채도 진한 갈색에서 연한 갈색으로 수정됐다. 현재의 국장은 1992년 「사회주의헌법」 개정에서 백두산 도안의 수정, 보완과 함께 일부 도안이 미세하게 수정된 이후 변화는 없는 것으로 보인다.

북한 국장의 변화와 상징적 의미에 대해 정리해 보면 다음과 같다.

〈표 II-5〉 북한 국장의 변화와 상징적 의미

1948~1992년	1992년 이후
	
상징	의미
붉은 오각별	수령의 영도
붉은 띠	인민대중의 통일단결
벼 낱알	선진적 농업 발전
수력발전소	현대적 민족공업 발전

출처: 저자 정리

라. 국가(國歌)

북한의 국가(國歌)인 <애국가>는 북한 「헌법」이 제정되기 전인 1946년에 김일성의 지시로 창작이 시작되었다. 김일성은 “지금 인민들은 해방된 조국 땅에서 자유와 행복을 누리게 된 기쁨의 감격을 목청껏 노래하고 싶어하며 ‘애국가’를 요구하고 있습니다. 이것은 우리 당의 영도 밑에 새 생활을 창조하기 시작한 우리 인민의 마땅한 요구”라고 하면서, <애국가> 창작을 요구했다.²⁸⁾

북한은 해방 이후 남한과는 다른 애국가를 제정해 정권 수립의 기반을 다졌다. 월북 시인 박세영이 작사하고, 작곡가 김원균이 곡을 쓴 <애국가>는 1947년 6월 발표되어 오늘날까지 북한의 공식적인 애국가로 불리고 있다.

1948년 「헌법」에서 규정한 국가상징은 「헌법」 제1조의 국호를 비롯하여 ‘제9장 국장, 국기, 수부’로 규정한 제101조의 국장, 제102조의 국기, 제103조의 수도 네 가지였다. 국가(國歌) 규정은 없었다. <애국가>가 헌법에 규정된 것은 1992년 4월 9일에 개정된 「사회주의헌법」이었다. 1992년 개정 「사회주의헌법」 제7장 ‘국장, 국기, 국가(國歌), 수도’로 국가상징에서 ‘국가(國歌)’를 추가하여 네 가지로 규정하였고, 제170조에서 “조선민주주의인민공화국의 국가는 <애국가>이다”라고²⁹⁾ 명시했다. 이후 개정 「사회주의헌법」 조항은 바뀌었어도 현재까지 같은 문구로 명문화되어 있다.

4분의 4박자에 ‘약간 느리고 장중하게’ 부르는 <애국가>는³⁰⁾

28) 김일성, “애국가와 인민군행진곡을 창작할데 대하여, 작가들과 한 담화, 1946년 9월 27일,” 『김일성저작집2 (1946.1-1946.12)』 (평양: 조선로동당출판사, 1979), p. 450.

29) 장명봉 편, “조선민주주의인민공화국 사회주의헌법(1992년 수정보충),” 『북한법·통일법 연구 기초자료집: 2015 최신 북한법령집』, p. 48.

30) <제1절> 아침은 빛나라 이 강산 은금(銀金)에 자유투 가득한/삼천리 아름다운 내 조국 반만년 오랜 역사에 (후렴) 찬란한 문화로 자라난 슬기로운 인민의 이 영광/품과 맘 다 바쳐 이 조선 길이 받드세.

“당당한 우리 조국의 노래, 국가”를 주기 위해 “조선인민의 민족적 긍지와 자부심”을 담아 만들어졌다고 밝히고 있다.³¹⁾

국가상징으로서 헌법에 규정되었다는 것은 위상이 높아졌다는 것을 의미한다. 헌법은 공식적으로 그 나라의 법적 위상을 규정한 최고 권위의 법이자 그 자체가 북한을 대표하는 공식성을 갖고 있기 때문이다. <애국가>를 헌법으로 규정한 1992년 「사회주의헌법」은 북한에서 ‘우리식 사회주의헌법’이라고 규정한다.³²⁾

북한이 말하는 ‘우리식 사회주의’는 “주체사상에 기초하여 다른 나라의 경험에 의거하지 않고, 독자적으로 운영되는 사회주의라는 것을 강조하는 용어”이다.³³⁾ 이는 동구 사회주의 국가와 다른 독립적인 국가임을 강조하는 헌법 개정이었다. 국가상징으로서 온전한 체계를 갖추기 위해서 대외적으로 북한을 상징하는 국가(國歌)인 <애국가>를 헌법 차원으로 격상하여 위상을 높인 것이다.

<제2절> 백두산 기상을 다 안고 근로의 정신은 깃들여/진리로 뭉쳐진 역센 뜻 온 세계 앞서 나가리 (후렴) 솟는 힘 노도로 내밀어 인민의 뜻으로 선 나라/한없이 부강하는 이 조선 길이 빛내세.

“애국가.” <문학예술 대사전 DVD> (평양: 삼일포정보센터, 2001~2005).

31) 김일성, “민주건설의 현계단과 문화인의 임무: 제2차 북조선 각 도인민위원회, 정당, 사회단체 선전원, 문화인, 예술인대회에서 한 연설 1946년 9월 28일,” 『김일성전집 제4권』 (평양: 조선로동당출판사, 1992), p. 249.

32) 조재현, “북한헌법상 기본권조항 변화의 특징과 전개방향,” 『신진연구자 연구용역 최종 보고서』 통일부 2017, p. 52.

33) 위의 글, p. 52.

마. 수도

1948년 「헌법」 제103조는 “조선민주주의인민공화국의 수부는 서울이다”라고³⁴⁾ 명기하고 있다. 한국전쟁으로 남북이 분단되기 이전에는 서울이 남한과 북한의 공통의 수도로 통용되어 왔다는 것을 알 수 있다. 이후 1972년 개정된 「사회주의헌법」 제149조는 “조선민주주의인민공화국의 수도는 평양이다”로³⁵⁾ 수정했다.

평양은 북한의 행정상 수도일 뿐 아니라, ‘주체의 성지’로서 「평양시관리법」을 통해 엄격히 관리되고 있을 정도로 특별한 위상을 지니고 있다. 1998년에 제정된 「평양시관리법」은 제1장 ‘평양시관리법의 기본’, 제2장 ‘평양시의 영역’, 제3장 ‘도시건설과 경영’, 제4장 ‘거주 및 기관등록’, 제5장 ‘주민봉사’, 제6장 ‘평양시관리사업에 대한 지도 통제’ 등 총 6장으로 나뉘어 서술되고 있다.

제1장 제1조 ‘평양시관리법의 사명’에서는 “평양은 주체의 성지이고 조선인민의 심장이며 조선민주주의인민공화국의 수도이다. 조선민주주의인민공화국 평양시관리법은 평양시를 현대적이고 문화적인 도시로 더 잘 꾸려 주민들에게 조용하고 깨끗한 생활환경과 보다 편리한 생활조건, 노동조건을 마련하여주는데 이바지한다”고 규정했다. “우리 인민의 애국적열의, 창조적로동에 의하여 웅장화려하게 건설”(제2조)된 평양을 현대적으로, 문화적으로 ‘더 잘’ 꾸리는 것은 “공민에겐 애국심과 영예로운 의무로”(제3조) 규정하여 ‘주체의 성지’라는 도시브랜드를 구축하며 국가상징의 역할을 담당했다.

34) 장명봉 편, “조선민주주의인민공화국 헌법(1948년 채택),” 『북한법·통일법 연구 기초자료집: 2015 최신 북한법령집』, p. 27.

35) 장명봉 편, “조선민주주의인민공화국 사회주의헌법(1972년 채택),” 『북한법·통일법 연구 기초자료집: 2015 최신 북한법령집』, p. 37.

북한은 평양의 생활환경을 쾌적하게 조성하기 위해 인구 집중을 엄격히 관리, 통제하고 있다. 현재 평양에는 북한 전체 인구의 10% 내외만이 거주하고 있다. 「평양시관리법」 제1장 제5조 ‘평양시의 환경개선과 인구집중방지 원칙’에 따라 평양시의 인구한도, 인구밀도, 공업인구비, 산업면적비, 1인당 녹지면적 등 수도관리기준을 엄격히 지켜야 한다고 정했기 때문이다.³⁶⁾ 제4장 ‘거주 및 기관등록’에서는 “평양시의 거주 공민은 거주등록을 해야하고”(제30조 거주등록), “지방에서 평양시에, 주변지역에서 중심지역에 거주하려는 공민은 해당 기관의 거주승인을 받아야 한다”(제31조 거주승인)고 규정되어 있다. 제32조 ‘평양시민증 수여, 평양시민이 지켜야할 질서’ 부분에 따르면, 평양시에 거주한 17살 이상의 공민은 평양시민증이 수여되고, 만일 국가의 법질서를 엄중하게 어겼을 경우 평양시민증을 회수하는 조치까지 취해질 수 있다.³⁷⁾

이처럼 북한의 수도이자 주체의 성지로 규정된 평양은 법과 제도를 통해 가장 쾌적하고 편리한 생활이 보장되고 있다. 또한, 평양 시민은 이에 걸맞는 시민으로서의 생활태도를 지녀야 하며 법질서를 크게 위반하면 시민증을 회수당할 수 있다는 경고를 받는다.

즉 평양은 행정상의 수도임과 더불어 주체의 성지, 조선인민의 심장이라는 브랜드 성격을 가지고 있다. 북한을 상징하는 도시로서 평양을 편리한 생활환경과 문화적 환경을 가진 현대적 도시로 가꾸어 나가야 한다는 당위성이 법 규정에 반영되어 있는 것이다.

36) 2021년에 월드오미터가 밝힌 인구통계 자료에 의하면, 북한 전체 인구수는 약 2천 586만 명이다. 평양의 인구는 322만 명으로, 북한 주요 도시 가운데 유일하게 100만 명이 넘는다. “평양, 인구 100만 명 이상 유일한 북한 도시…2040년 이후 북한 인구 감소세,” 『미국의 소리』, 2021, 4, 13., <https://www.voakorea.com/a/korea_korea-social-issues_north-korea-population/6057815.html> (검색일: 2021, 10, 23.).

37) 통일법제데이터베이스, “평양시관리법,” <https://www.unilaw.go.kr/bbs/selectBoardList.do?bbsId=BBSMSTR_00000000021&bbsSubId=003> (검색일: 2021, 10, 6.).

2. 확장된 국가상징

2021년 현재 북한의 국가상징은 열 가지이다. 북한의 국가상징 열 가지가 동시에 규정된 것은 아니다. 1948년 「헌법」에서 규정한 국가상징은 ‘국호’, ‘국장’, ‘국기’, ‘수도’ 네 가지였다. 나머지 국가상징은 김일성 시대와, 김정일 시대를 거쳐 김정은 시대에 추가되거나 위상이 높아지면서 공식화되는 확장 과정을 통해서 새롭게 규정된 것이다.

본 절에서는 북한의 국가상징이 어떤 과정을 통해서 확장되었는지를 다음과 같이 유형화하여 살펴볼 것이다.

첫째, 국가상징이었으나 위상이 달라진 경우이다. 대외적으로 북한을 상징하는 국가상징이었지만 법적으로 규정되지 않았다가 헌법으로 규정하면서 위상이 높아진 국가(國歌) 〈애국가〉가 있다.

둘째, 북한을 대표하는 상징으로 관습적으로 사용하였으나 나중에 국가상징으로 규정된 사례가 있다. 국화 목란과 국어이다.

셋째, 민족문화의 상징에서 국가상징으로 확장된 사례이다. 국조 참매나 국견 풍산개는 텃새, 토종견에서 한반도와 한반도 북부 지역을 상징하는 동물이 되었다가 이후 국가상징으로 규정되었다.

넷째, 김정은 시대에 새롭게 규정된 사례이다. 국주로 지정된 평양주, 평양소주, 고려술은 김정은 시대에 새로 규정된 국가상징이다.

이들 국가상징은 국가상징으로서 확장되는 시기가 다르다. 본 절에서는 헌법에 규정된 국가상징 이외의 국가상징들이 어떤 과정과 계기를 통해 국가상징으로 확장되었는지 분석하고자 한다.

가. 관습적인 국가상징에서 공식 국가상징으로

북한 정권이 수립된 이후 목란과 문화어는 오랫동안 관행적으로 국가상징으로서 기능했다. 국화 목란과 국어 문화어가 북한을 대표

하는 꽃과 언어로 공식 규정되는 과정은 다음과 같다.

(1) 국화

북한은 해방 직후부터 1960년대 초반까지 무궁화를 대표 꽃으로 사용했다. 당시 ‘진달래’는 광복의 상징으로 자주 언급되었다. 특히 김정숙과 관련된 일화가 소개되면서 ‘조국의 진달래’나 ‘조선의 진달래’는 일제로부터 해방된 조국 광복을 상징하는 꽃으로 알려지게 되었다. 하지만 진달래는 국화가 아니다. 김일성의 귀국 연설을 기념하는 개선문과 영생탑에 부조된 꽃 진달래는 ‘해방된 조국의 봄’을 상징하는 꽃이었다.

목란이 북한을 대표하는 상징 꽃으로 각인된 것은 김일성과 관련되면서부터였다. 김일성이 1964년 5월 황해도 정방산에 들렀다가 함박꽃(목란)을 보면서 어린 시절 칠골 외가에서 꽃을 본 적이 있다고 김정일에게 말하고, 이를 들은 김정일은 다음날 뒷산을 샅샅이 뒤져 꽃나무를 찾아내 기어코 김일성에게 가지고 왔다는 것이다.³⁸⁾ 국가상징의 스토리텔링은 최고지도자와의 인연이나 의미를 강조한다. 구체적인 대상물로서 상징물이 가지고 있는 속성이 지도자와의 계기를 통해 의미가 확장되는 것이다. 국화 목란에는 아버지 수령 김일성에 대한 김정일의 충성스러운 효성과 충성이 결합되어 있다. 수령님이 그리워하던 꽃을 밤새워 찾아주었다는 일화를 통해 수령에 대한 효성을 다하는 김정일의 행실을 부각한 것이다.

김일성은 그 꽃을 보고 ‘내가 찾던 꽃’이라고 하면서 꽃 이름을 ‘목란’이라고 명명했다. 함박꽃이 목란이라는 이름으로 바뀌게 된 것은 ‘우리 민족이 좋은 꽃’에는 ‘란’이라고 하였는데, 이 꽃도 ‘나무에 피

38) 임재욱, “북한의 상징물들-나라꽃·나라나무·나라 새·나라 개,” 『북한』, 2020년 12월호 (2020), p. 67.

는 난'이라는 의미로 '목란'이라고 하는 것이 좋겠다고 한 것에 연유한다.³⁹⁾

목란이 국화로 공식 지정된 것은 1991년 4월이었다.⁴⁰⁾ 시기적으로 1991년은 동구 사회주의 국가의 체제 전환이 마무리되는 시기로 국가로서의 위상을 강화하였던 시기이다. 「헌법」을 「사회주의헌법」으로 개정하면서 국제사회주의 연대보다는 독자적인 국가로서의 위상이 강화되었다. 이러한 상황에 맞추어 북한을 상징하는 꽃으로 국화를 국가상징으로 지정한 것이다.

(2) 국어

북한의 표준어 체계인 '문화어'는 국가상징이 아니었지만 오랜 기간 국가를 대표하는 기능을 수행했다. 1948년에 제정한 「헌법」에서 언어와 관련한 조항은 제2장 '국민의 기본적 권리 및 의무' 제18조의 "교육용어는 국어로 한다"는 부분이다. 이때 국어는 '나라말'이라는 보통의 의미로 사용되었다. 1966년에 조선말 규범을 확립한 후, 평양말은 표준어로 규정되었다. 평양을 중심으로 한 '문화어'는 제정 이후 곧 '국어'로 기능했다.

조선어가 국가상징인 '국어'로 규정된 것은 김정은 시대에 와서이다. 국가상징으로 명시한 문건은 2019년 노동신문을 참조해 볼 수 있다.⁴¹⁾ 2018년까지만 '국어'라는 표현보다 '민족어'의 위상으로 조선어가 강조되었다.

민족어에 대한 북한의 공식적 입장은 김정일의 말 "우리 인민은 예로부터 우수한 민족어를 가지고있습니다. 이것은 우리 민족의 큰

39) "민족적 긍지와 자부심을 더해주는 조선의 국화-목란꽃," 『노동신문』, 2018.12.23.

40) "북한의 4월 10일- 「국화」(목란) 지정," 『통일신문』, 2004.4.9., <<https://www.unityinfo.co.kr/11629>> (검색일: 2021.10.22.).

41) "조선의 국가상징-세상에 자랑 높은 우리의 국어," 『노동신문』, 2019.2.4.

자랑입니다”를⁴²⁾ 근거로 한다. 민족과 민족어는 “조선민족은 장구한 력사적기간 하나의 강토에서 하나의 말과 글을 쓰면서 찬란한 문화를 꽃피워온 단일민족이며 조선어는 오랜 력사적뿌리와 우수한 구조적특성을 가진 세상에 자랑할만한 언어”로⁴³⁾ 연결되어 있다. “북과 남이 다같이 고유조선말을 기준으로 삼고 언어의 기본대를 세우며 외래어와 한자어를 정리하여 우리 말로 바꾸는 원칙에서 언어를 발전시킨다면 언어의 이질화를 막고 그 순결성을 지켜낼 수 있을 것”이라고⁴⁴⁾ 교시했던 김정일의 말을 바탕으로 ‘민족의 자랑’인 ‘조선어’는 곧 민족의 언어이기에 남한과 북한이 함께 지켜나가야 한다는 관점을 가지고 있었다. 이때의 민족어는 남한과 북한이라는 국가를 구분하지 않고 있었다.

그러나 2019년이 되자, ‘우리 민족의 언어’는 ‘우리 인민의 언어’로 전환되었다. 김일성종합대학 문학대학 연구사 양영진은 로동신문에 여러 편의 기사를 올렸는데,⁴⁵⁾ 그의 논조 변화는 상당히 흥미롭다. 언어문화유산은 민족문화와 필연적으로 연관되기에 “전통적미풍을 그대로 계승하여 사업과 생활에서 보다 큰 전진”을⁴⁶⁾ 가져와야 한다고 표명되었다. 그리고 바로 이어 나온 기사는 “인민이 창조하고 발전시켜온 인민의 언어”로⁴⁷⁾ 국가상징인 ‘조선의 국어’를 명시했다.

민족어였던 조선어가 국가의 언어로 이동한 것은 민족어로서 하

42) 김정일, “언어생활에서 주체를 세울데 대하여,” 『김정일전집, 제3권: 1961.5-1961.12』 (평양: 조선로동당출판사, 2013), p. 129.

43) “민족의 자랑 조선어,” 『로동신문』, 2018.4.29.

44) 위의 글.

45) 김일성종합대학 문학대학 연구사 양영진이 조선어 또는 국어와 관련해 작성한 기사는 “민족의 자랑 조선어,” 『로동신문』, 2018.4.29.; “언어문화유산을 통해 본 설명절,” 『로동신문』, 2019.2.3.; “조선의 국가상징-세상에 자랑 높은 우리의 국어,” 『로동신문』, 2019.2.4. 등이 있다.

46) “언어문화유산을 통해 본 설명절,” 『로동신문』, 2019.2.3.

47) “조선의 국가상징-세상에 자랑 높은 우리의 국어,” 『로동신문』, 2019.2.4.

나로 연결되었던 남한과 북한의 언어를 각국의 언어로 구분하는 것이다. 국가상징의 지위에서 강조하는 ‘국어’는 언어를 국가의 경계로 삼는 구별짓기라 할 수 있다.

북한에서 언어를 국가상징으로 규정한 것은 언어의 단일성, 독특한 창조 과정, 대외적으로 북한을 대표하는 상징으로 자리매김하기 위한 차원의 조치로 보인다. 전 세계적으로 언어를 국가상징으로 사용하는 나라는 없다. 언어는 소통을 위한 도구로 인류의 역사 속에서 다양한 형태로 발전해오며 지역어로 갈라졌기 때문이다. 대외적으로 언어의 독창성을 강조하고, “자기의 독자적이고 훌륭한 언어를 가지고 있는 것은 우리 인민의 크나큰 긍지이다”라는 자부심을 심어 주기 위한 국가상징 지정으로 파악된다.⁴⁸⁾

나. 민족문화에서 국가상징으로

민족문화의 상징이나 수령상징 등으로 익숙하게 사용하던 상징도 국가상징으로 확장되었다. 소나무, 참매, 풍산개는 전통적인 역사와 문화 속에서 함께 한 민족상징물의 하나였다. 한반도 전역에서 볼 수 있는 소나무는 민족의 역사와 함께 한 상징적인 나무이다. 북한에서 소나무는 민족문화와 전통과 연계되어 있지만, 수령의 혁명가계를 내포한 수령상징이다. 참매 또한 고문헌이나 기록에 의하면 민족문화와 전통과 관련되어 있다. 풍산개는 한반도 북부의 토종견으로 북한이 일찍부터 보호한 천연기념물이었다. 이들은 김정일 시대부터 김정은 시대에 걸쳐 국조 참매, 국수 소나무, 국견 풍산개로 규정되면서 민족문화를 상징하던 것이 국가상징으로 확장되었다.

48) 위의 글.

(1) 민족상징에서 국가상징으로: 국조 참매

북한의 국조는 수리과에 속하는 참매이다. 참매가 국가상징으로 정해진 것은 2008년이다.

국조선정문제는 나라와 민족의 기상과 존엄을 떨치고 인민들속에 애국주의를 깊이 심어주기 위한 중요한 사업의 하나이다. 위대한 장군님께서는 국조선정문제에 대하여 여러차례 귀중한 가르치심을 주시었으며 주체97(2008)년 4월 역사적으로 우리 인민들의 생활과 밀접히 련관되어있고 성질이나 생김새를 보아도 그 누구나 좋아하는 참매를 조선의 국조로 정하도록 하시였다.⁴⁹⁾

국가상징 지정 과정은 항상 최고지도자와 연관되어 있다. 참매가 국가상징이 되는 과정은 김정일의 일화와 관련되어 있다. 김정일이 “일찌기 국조 선정 문제를 나라와 민족의 기상과 존엄을 떨치고 인민들의 가슴 속에 애국심을 더욱 깊이 심어주는 중요한 사업의 하나로 보”고, 오랜 옛날부터 널리 알려지고 친숙할 뿐만 아니라 “강인하고 용맹한 조선사람의 기질을 그대로 닮은 참매를 나라의 국조로” 정했다는 것이다.⁵⁰⁾

국가상징으로서 참매가 지정된 것은 우리 민족이 오래전부터 참매를 사랑하였고, 참매가 가장 용맹스럽고 조선사람의 기질과 닮아 있기 때문이라고 설명한다. 이런 이유로 참매는 오랫동안 우리 민족과 함께한 상징적인 새로 언급되었다.⁵¹⁾ 이는 고문헌과 주변국 기록을 통해서도 확인된다. “고조선 시기에 해동청이라고 부르는 우리나라의 참매를 주변 나라들에서 앞을 다투어 사갔는데 그후 참매에 대한 수요는 삼국시기에 이르러 더욱 높아져 이 시기 대외 무역에서

49) “조선의 국가상징: 우리 민족의 기질을 닮은 국조-참매,” 『로동신문』, 2019.3.16.

50) “민족의 슬기와 용맹한 기상이 어린 조선의 국조-참매,” 『로동신문』, 2018.12.9.

51) “조선사람의 기질을 닮은 국조-참매,” 『로동신문』, 2021.10.3.

참매는 주요 수출항목의 하나로까지 되었다”고⁵²⁾ 적고 있다. 즉 한반도에서 오래전부터 참매와 함께 한 역사와 문화는 참매가 국가상징이 될 수 있는 근거가 되었다.

한편, 참매가 국조로 지정된 것은 참매의 서식지가 한반도 북부이기 때문이다. 참매는 한반도를 비롯해 비슷한 위도의 국가에도 있지만, 백두산 지역을 포함한 양강도 일대와 자강도와 함경도 등 북부 고산 지대에서 겨울을 나는 생물학적 특성이 있다.⁵³⁾ 참매의 서식 환경이 북한이라는 것을 잘 나타내기 때문에 국조 지정의 이유가 되었을 것으로 보인다.

문화적인 측면에서 참매의 기질도 국가상징의 근거가 되었다. 참매가 몸통은 그리 크지 않지만, 균형적인 외모와 매우 빠른 속도, 영리하고 결패 있는 기질을 가지고 있어서, “우리 인민은 오래전부터 우리 나라 새들 가운데서 가장 용맹스럽고 조선사람의 기질을 닮은 새인 참매를 사랑해왔다”는 것이다.⁵⁴⁾ 선조들이 참매를 가까이하고 사랑했다는 것은 “길들인 매를 통한 사냥이 남자들의 사냥활동에서 단연 첫자리를 차지하고 미술작품과 속담, 사화, 시, 일화, 민요 등에도 참매가 반영된 것을 놓고서도 잘 알수 있다”⁵⁵⁾ 것이다.

북한에서 참매를 소개할 때마다 항상 붙여 다니는 수사(修辭)적인 표현이 있다. ‘용맹한 기질이 조선사람과 닮았다’는 표현이다. “참매는 용맹스러운 새입니다. 참매는 조선사람의 기질을 닮은 새입니다”라고⁵⁶⁾ 한 김정은의 말은 국조 선정의 준거이다.

52) “조선의 국조 ‘참매’...‘용맹한 조선사람 기질 닮아.’, 『통일뉴스』, 2021.1.4., <<https://www.tongilnews.com/news/articleView.html?idxno=200835>> (검색일: 2021.9.25.).

53) “민족의 녀과 기상이 어린 국가상징들(2) 국조-참매,” 『로동신문』, 2020.2.9.

54) “조선사람의 기질을 닮은 국조-참매,” 『로동신문』, 2021.10.3.

55) “조선의 국가상징: 우리 민족의 기질을 닮은 국조-참매,” 『로동신문』, 2019.3.16.

56) 조선의 오늘, “역사기록을 통해 본 조선의 국조-참매,” <<http://dprktoday.com/news/44188>> (검색일: 2021.10.24).

(2) 천연기념물에서 국가상징으로: 국견 풍산개

북한의 국견은 풍산개이다. 풍산개가 국견으로 지정된 것은 2014년 11월 7일이다.⁵⁷⁾ 풍산개는 한반도에 서식하는 토종개이다. 한반도의 토종개는 진돗개, 풍산개, 삽살이, 동경이가 있다. 풍산개는 사람에게는 온순하지만, 동물 앞에서는 민첩하고 용맹해서 사냥개나 군견으로 활용하였고, 풍산지역에서만 키우던 개였다.⁵⁸⁾

“령리하고 날래며 적수와 만나면 끝까지 싸우는 이악한”⁵⁹⁾ 풍산개는 호랑이를 잡는 영민한 개로 알려졌고 북한에서는 일찍부터 보호 대상이었다. 광복 직후에 설립된 ‘북조선림시인민위원회’는 법령으로 유적, 유물과 명승지, 천연기념물을 보존하는 조치를 취했다. 이때 풍산개도 보존 대상에 포함되었다. 이후 풍산개는 1955년 12월 13일에 발표된 내각결정 제93호에 의하여 1956년 4월 9일 천연기념물 제368호로 등록되었다.⁶⁰⁾

1963년 양강도 풍산군(오늘의 김형권군)을 현지도한 김일성이 풍산개 원종 보호를 지시한 이후, 1968년 풍산개를 기르던 지역이 천연기념물보호구역으로 설정되고 풍산개 원종장도 운영되었다. 그리고 풍산개는 1980년 정무원 비준 제66호에 의해 천연기념물로 재등록되었다.⁶¹⁾

천연기념물로서 풍산개는 보호견이었다. 조선 2020년 12호에는 농

57) “민족의 자랑으로 이름 떨치는 풍산개-조선의 국견, 보호종식을 위한 국가적 대책,” 『조선신보』, 2017.12.15.

58) 농촌진흥청 국립축산과학원, “반려견 상세정보,” <https://nias.go.kr/companion/dog_stage.do?cmCode=M170718155128718&gubun=28> (검색일: 2021.10.28.).

59) 국가해사감독국, “국견,” <<http://www.ma.gov.kp/index.php/main/article/ko>> (검색일: 2021.5.21.).

60) “민족의 자랑으로 이름 떨치는 풍산개-조선의 국견, 보호종식을 위한 국가적 대책,” 『조선신보』, 2017.12.15.

61) 위의 글.

업연구원 축산학연구소를 주축으로 풍산개의 순종 보존과 증식을 위한 별도의 연구와 보호 사업이 이루어지고 있고, 해마다 풍산개 품평회 심사를 개최한다는 기사가 실렸다. 축산학연구소 소장 옥진영은 2012년에 풍산개의 품종화 역사와 생물학적 특성에 대한 생물학 박사 논문을 발표했고, 2년 후 풍산개는 국견으로 선정되었다. 풍산개에 대한 생물학적 특성에 대한 연구가 활발하지 않았던 상황에서 옥진영의 박사 논문이 국견 지정에 결정적인 영향을 미친 것으로 보인다.⁶²⁾

〈그림 11-1〉 국견 풍산개 보존 증식 연구자 옥진영 박사 관련 보도



출처: “국견과 함께,” 『조선』, 2020년 12호, p. 55.

풍산개를 국가상징으로 지정한 것은 무엇보다 풍산개의 서식지가 한반도 북부 북한 지역이기 때문이다. 풍산개는 한반도 북부 지역인 풍산군과 풍서군, 삼수군, 갑산군과 같은 고산 지대가 원산지이다. 개마고원의 중심부에 해당하는 풍산은 평균 고도가 1,000m가 넘는 험준한 산악 지대이다. 1910년대 홍범도 장군이 의병을 이끌고 일제와 싸워 승리를 이룬 곳으로도 유명하다.

풍산개의 고향인 함경남도 풍산군의 현재 지명은 양강도 김형권 군이다.⁶³⁾ 분단 이전에 함경남도에 속했던 풍산은 1954년 행정구역

62) “국견과 함께,” 『조선』, 2020년 12호, p. 55.

63) “이체를 띠는 풍산개 품평회-사리원시에서,” 『로동신문』, 2019.1.24.

을 변경하면서 양강도에 편입되었다. 행정구역의 명칭도 1990년에는 김일성의 삼촌인 김형권의 이름을 따서 김형권군으로 변경되었다. 김형권은 김일성의 숙부이자 김형직의 막내 동생이다. 국수 소나무가 김형직과 연결되는 것처럼, 국견 풍산개는 김형권과 연결되어 혁명가문의 혁명전통을 보완하는 기능도 한다.

〈그림 11-2〉 국견 풍산개 연구자 육진영 관련 기사



Master of Studies of National Dog

IN NOVEMBER LAST YEAR THE CENTRAL Zoo in Pyongyang hosted the Korean National Dog (Phanngsan) Show 2019, which attracted great public interest. What was conspicuous about the event was a discourse given by a scientist about the history of the dog and the features of its kind. It was Oh Jin Yong, chief of the Institute of Breeding Science of the Academy of Agricultural Science. He was the first to get the doctorate in the study of the national dog of Korea.

Dictate of Conscience

It was 20 years ago that Oh began to study the Phanngsan dog, which was an old favourite of the Korean people. Well-known for its clever, agile and tenacious qualities, it was designated as national monument of the state in April 1956. There had already been not a few people engaged in the study, but there was little scientific identification of the origin, evolution and biological qualities of the dog. For this reason no standard description of its specific qualities as a kind was available.

Finding the problem arose time after he was assigned to work as an animal researcher following his graduation from Saewon Kyu Ung (Kang) University of Agriculture. Oh felt quite a pity. Though he was a stranger to the knowledge of the dog, he did not hesitate to take the research project upon himself.

He often travelled to Pyongyang to visit the Grand

People's Study House, the Central Zoo and the Korean Central History Museum for data. Now his journey led to Kim Hwang Gwam County which is a long way off as it was the place of origin of the dog, and throughout it in the country, in particular, was one of the communities with a lot of keepers of the Phanngsan dogs. Sometimes he talked with elderly people in the locality about the origin, development and physical characteristics of the dog, and sometimes he joined the inhabitants in their hunting which was usually aided by the Phanngsan dogs, the object of Oh's observation.

In this way he explored many places in the country, finding out long-time secrets about the dog by his kin. What has sustained him in his tedious research was in no way the pursuit of honour or reward. It was his deep desire of conscience to help make the soul and spirit of his nation known to the world by disclosing scientifically the specific characteristics of the dog, a pride of his nation. Based on the valuable data he had got through his 15-year-long painstaking efforts he presented a creative theory that the Phanngsan was an aboriginal kind of dog that originated and developed in Korea, exerting a decisive influence on the formation of the Phanngsan kind in Korea as a whole and in Japan. Oh also produced scientific data on its physical characteristics and anatomical structure plus its nature in order to establish a standard description of the pure breed of the dog. His 2012 treatise titled Research



30 KOREA TODAY

on History of Development of the Phanngsan Dog into a Separate Kind and Its Biological Characteristics was highly evaluated for its theoretical and practical value, and it brought him a doctorate in Biology.

Enthusiasm for Growing Phanngsan Dogs

Saewon, North Hwanghae Province, has been a venue of regular show of the Phanngsan dogs for years. This is thanks to the effort of Oh who is currently chairman of the North Hwanghae Provincial Society of Zoology, which is affiliated with the General Federation of Science and Technology of Korea.

Though he had received the doctorate for his explanation of the Phanngsan, he never thought he had completed his study of the dog. Now he began to organize a show of the Phanngsan dogs to spread the knowledge about the kind and propagate it to wider areas.

The first round of the show was opened in April 2014, attracting scientists and technicians in the veterinary and animal husbandry field and the biological field, keepers of the Phanngsan dogs, and those who wanted to give them—all in the local city. After the registration and examination of the dogs, the show ended with a technical session on the dog's standard type, biological characteristics and methods of breeding—leaving a deep impression on the participants.

The people whose dogs were rated as close to the standard type were highly excited, while those who were sorry about their dogs failing to be rated high renewed their determination to grow a dog of the pure breed while attending the technical course.

Gradually, the enthusiasm for growing the Phanngsan dogs spread out of the perimeter of the local city to all other parts of the country, and it has got much more popular since November 2014 when the Phanngsan was legally defined as national dog of the country.

This brings a greater burden to Oh to bear, which he regards as his pleasure. Keeping a close contact with keepers of the dogs all the time, he offers substantial guidance regarding the breeding and veterinary care.

A Saewon citizen says, "I feel Oh was born to study the Phanngsan. Probably he can identify each of hundreds of Phanngsan dogs in my city, for he has helped to find the lost dogs and return them to



Some of the historical data on Phanngsan dog.

their owners very often."

Meanwhile, Oh read a Master's treatise titled Study of Korea's Pet Dog Culture and History of the Korean National Dog Phanngsan.

With a clear conscience he is still engaged in the effort to propagate the pure breed of the dog.

Article by Park Yong Pil
Photos by the Phanngsan Dept.

Oh Jin Yong and his wife.



30 5, 2020 31

출처: "Master of Studies of National Dog," *Korea Today*, no. 5, 2020, pp. 30~31.

국견 풍산개는 대외적으로 북한을 알리는 홍보 효과도 크다. 세계적으로 반려견에 대한 관심이 높아지면서 국가를 상징하는 견종에 대한 관심도 높아졌다. 대외 선전 매체에 수록된 풍산개 '유월'을 키우는 육종가 부부의 이야기는 국견의 강인하고 지혜로운 기질이 곧 조선인, 북한의 자랑임을 알리고 북한이 강화하고자 하는 긍정적 이미지도 전달한다.⁶⁴⁾

64) Choe Sol Mi, "National Dog under Good Care," *Korea Today*, no. 4, 2020, p. 42.

풍산개를 국가상징으로 규정한 것은 정상국가로서 다양한 이미지 개선과 고유한 품종의 견을 보유하고 있다는 것을 대외적으로 알림으로써 북한을 홍보하는 데 유용할 수 있다. 북한이라고 할 때 떠오르는 호전적인 이미지를 쇠신하고 동물을 사랑하는 국가로서 이미지를 만들어 나갈 수 있다. 향후 다양한 용도로써 풍산개의 캐릭터를 활용할 수도 있다.

(3) 민족상징과 수령가계 상징에서 국가상징으로: 국수 소나무

북한을 상징하는 나무, 즉 국수는 소나무이다. 소나무는 2015년 김정은의 지시로 국수로 지정되었다.

경애하는 최고령도자 김정은동지께서는 장구한 역사적기간에 형성된 소나무에 대한 우리 인민의 감정과 유산들, 소나무의 사회경제적의 등을 구체적으로 헤아리시고 주체 104(2015)년 4월 소나무를 우리 나라의 국수로 제정하도록 하여주시었다.⁶⁵⁾

소나무를 국수로 정한 이유의 하나는 소나무의 기상에 있다. 중앙종묘장을 찾은 김정은이 ‘소나무는 조선의 기상’이라고 언급한 이후, 소나무는 민족의 녀과 기상, 역센 신념과 의지가 서려 있는 나무로 북한을 대표하는 나무가 된 것이다.⁶⁶⁾

민족성과 혁명성과 연관해 2014년에 소나무를 국수로 지정한 것은 다음 두 가지 이유 때문이다.

첫째, 소나무가 갖는 문화적인 의미, 상징적인 의미가 크다. 무엇보다 한반도 민족의 역사를 간직한 역사적이고 문화적인 의미가 크다. “소나무는 오랜 옛날부터 우리 겨레와 각별한 인연을 맺어온 나무”

65) “조선의 국가상징: 우리의 국수-소나무,” 『로동신문』, 2019.3.1.

66) 김화명 편집, 권지혜 글, 『조선의 국수: 소나무』 (평양: 평양출판사, 2015), p. 7.

로 “우리 선조들은 역세고 변함이 없으면서도 그 모습이 장중하고 매력적이기도 한 소나무를 민족의 기상과 정기를 상징하는 나무로 여기며 특별한 애정을 기울여왔다”고⁶⁷⁾ 소개한다.

둘째, 최고지도자와의 연관성이다. 북한에서 소나무는 김형직과 연결되어 있다. 김형직과 소나무를 연결하는 매개는 김형직을 상징하는 시 <남산의 푸른 소나무>이다. 김형직의 시 <남산의 푸른 소나무>는 ‘남산의 푸른 소나무가 한겨울에도 시들지 않고, 굳센 기상으로 견디면 새봄을 맞아 다시 꽃을 피우는 것을 보면서 조국 광복의 희망을 놓지 않는다’는 내용이다.⁶⁸⁾

대나무와 함께 절개를 상징하는 소나무는 김형직과 결합하여 ‘만경대혁명일가’의 애국애족의 뜻으로 전유되었다가, “우리 민족의 넋과 기상, 우리 인민의 역센 신념과 의지가 그대로 어려있는 나라의 국수로, 사회주의 조선의 상징으로”⁶⁹⁾ 확장되었다.

<그림 11-3> 국수 소나무를 소개한 책자와 김형직 탄생 127돌 특집기사 화보



출처: 김희명 편집, 권지혜 글, 『조선의 국수』 (평양: 평양출판사, 2015), 표지; “곤난앞에 주저말고 시련앞에 락심말며 무쇠같이 굳세게 전진할 때 승리는 우리의 수중에 올 것이다.” 『로동신문』, 2021.7.10. (사진=뉴스1)

- 67) 위의 책, p. 7.
- 68) “곤난앞에 주저말고 시련앞에 락심말며 무쇠같이 굳세게 전진할 때 승리는 우리의 수중에 올 것이다-불요불굴의 혁명투사 김형직선생님의 투철한 신념이 맥박치는 뜻 깊은 글발을 되새겨보며,” 『로동신문』, 2021.7.10.
- 69) 김희명 편집, 권지혜 글, 『조선의 국수: 소나무』, p. 7.

국수로서 소나무가 상징하는 것은 깨끗한 기상(氣象)이다. 북한에서도 소나무는 “눈뿌리 아득한 기암절벽에도 억센 뿌리를 박고 산천 초목이 백설에 묻힌 엄동설한에도, 사나운 광풍이 불어쳐도 사시장 철 푸르청청한 빛을 잃지 않고 깨끗이 서있는 소나무”로서⁷⁰⁾ 절개를 상징한다. 소나무의 굳은 기상은 김형직의 ‘지원(志遠)’ 사상으로 이어져 “사회주의 조선의 상징으로 온 나라 인민의 열렬한 사랑속에 아름다운 조국강산에 더욱 깊이 뿌리 내리고 있다”고⁷¹⁾ 설명한다.

국가상징과 혁명 역사를 결합하는 것은 북한 체제의 정통성을 강화하는 문화적 전략의 하나이다. 북한은 북한 체제 수립 이후 줄곧 혁명 역사를 민족 역사에 편입하려고 했다. 국호를 조선으로 하면서 역사적인 정통성을 강조하는 교양 사업으로 추진한 것과 같은 맥락이다. 동구 사회주의 국가의 체제 전환이 이루어진 1990년대 이후에는 ‘김일성 민족’, ‘태양민족’ 등을 표방하면서 민족의 역사와 김일성 가계의 역사를 일체화하는 작업을 추진했다. 사회주의 국가가 체제를 유지하지 못한 것을 지도자의 문제로 설명하면서 사회주의 혁명의 탁월한 지도자인 김일성을 모시고 있어 결코 패하지 않을 것이라는 점을 강조하였다. 그리고 이를 ‘조선민족제일주의’ 이념으로 만들어 ‘우리식 사회주의’를 내세웠다.⁷²⁾

2015년에 국가상징으로 소나무를 지정한 것은 수령의 가계와 민족의 역사를 문화적으로 결합하는 과정의 일환이었다. 소나무를 국가상징으로 지정하기 직전인 2013년에 단군릉 개건 20주년을 기념하는 ‘국호 조선’에 대한 특집 기사를 주목해 볼 수 있다. 기사는 민족의 역사와 김일성 가계의 역사가 하나로 이어지고 있다는 것을 강조하

70) 위의 책, p. 7.

71) 위의 책, p. 7.

72) “우리의 문화는 조선민족제일주의 정신을 높이 발양시키는데 적극 기여해야 한다. 문화이 조선민족제일주의 정신을 높이 발양시키는데 이바지하는 것은 그 사상 교양적 기능을 높이는 데 중요한 의의를 가진다.” 김정일, 『주체문화론』 (평양: 조선로동당출판사, 1992), p. 17 참조.

면서 김일성을 민족의 시조 단군에 이어 사회주의 조선의 시조로 표현하였다.⁷³⁾

소나무를 국가상징으로 지정한 것은 김정은의 정치적 위상을 강화하는 데도 도움이 된다. 김정일과 달리 후계 과정이 매우 짧았던 김정은의 정치적 자산을 가계의 혈통 중심으로 강조하는 과정에서 김형직을 상징하는 소나무를 국가상징으로 규정하여 위상을 높인 것이라 할 수 있다.

다. 산업 전략으로 지정된 국가상징: 국주 평양주

국주인 평양소주, 평양주, 고려술은 마지막에 규정된 국가상징이다. 국주가 지정된 것은 2015년이였다. 국가별로 그 나라를 대표하는 술은 있지만, 국가상징으로 규정된 경우는 없다. 국가별로 이름난 술이라는 의미로 명주(名酒) 또는 대표주라고 하지, 국가상징이라고 하지 않는다. 이 또한 자연스럽게 역사 속에서 이름이 나면서 한 나라를 대표하게 된 경우이다. 국가상징이라고 지정하는 것은 해당 국가의 문화적 상황과 역사적인 의미를 포함하며 대외적으로 공식적인 외교 무대에서 사용하기 위함이다. 이런 점에서 국주의 지정은 독특한 국가상징이라고 할 수 있다.

평양주, 평양소주도 처음부터 국주로 지정된 것은 아니었다. 이름난 술, 명주로 시작했다. “세계적으로도 각 국가마다 이름난 술이 있는데, 조선에도 나라를 대표하는 명주가 있어야 한다”⁷⁴⁾ 김정일

73) 기사는 ‘우리 민족의 건국시조 단군이 이 땅 위에 처음으로 나라를 세운 사실과 국호가 조선이었다는 것을 조명했다. “고려를 배신한 리성계일파가 1392년 새 왕권을 세울 때 국호를 리성계의 고향의 지방이름으로 정하려 하다가 세계에 널리 알려져있던 오랜 국호인 조선으로 부르게 되었다’는 것이다. 지면을 달리하여 단군릉 발굴을 지시한 김일성을 민족의 시조 단군에 이어 사회주의 조선의 시조로 표현했다. 이런 과정을 통해서 국호인 조선의 의미를 해석하면서 민족의 원시조이며 건국시조인 단군릉이 있는 평양을 수도로 하는 조선민주주의인민공화국의 국호는 역사의 필연이라고 강조했다. “단군과 우리 나라의 첫 국호 조선.” 『로동신문』, 2013.9.27.

74) “장군님께서 아끼고 애호하신 조선명주-조국사랑, 인민사랑의 결정체.” 『로동신문』, 2017.2.15.

의 지시에 따라 이름난 술을 개발하는 사업이 시작되었다.

북한의 술은 국제적인 품질과는 차이가 있다. 2000년대 중반 명주를 생산하는 전문공장을 세워야 한다는 김정일의 지시로 2006년부터 현대식 설비를 갖춘 공장이 건설되었다. 공장의 기계 설비 제작을 위해 외국기술대표단이 왔으나 품질이 맞지 않아서 개발을 포기하고 돌아갔다고 한다. 이후 공장의 기술자들이 힘을 합쳐 공정을 개선하고, 자동화 요소를 도입하여 전통 기법과 최첨단 기법을 배합한 명주를 생산하게 되었다는 것이다. 2009년 현대적인 주류 생산 공정을 갖춘 대동강식료공장을 건설했다. 김정일이 대동강식료공장에서 생산하는 새로운 술을 맛보면서 알코올 도수 25% 술을 ‘평양소주’로, 30%와 40% 술은 ‘평양주’라고 명명했다.⁷⁵⁾

디자인도 전통성을 강조하기 위해서 흰색과 재색 바탕에 옛 평양의 상징인 대동문을 배경으로 술을 빚던 모습을 넣고 평양소주라는 붉은 도장을 새긴 형태로 만들었다.⁷⁶⁾

〈그림 11-4〉 국주 평양소주(좌), 상표디자인(중) 및 개성식료공장에서 생산하는 평양주와 고려술(우)



출처: 류경, “국주 평양소주” <<http://www.ryugyongclip.com/index.php?lang=prk&type=overview&categ=5&no=10473>> (검색일: 2021.9.27.); “북한의 국주는 평양소주?” 『NK경제』, <<https://www.nkeconomy.com/news/articleView.html?idxno=502>> (검색일: 2021.9.27.); 류경, “개성식료공장에서 생산하는 평양주와 고려술.” <<http://www.ryugyongclip.com/index.php?lang=prk&type=overview&categ=5&no=10473>> (검색일: 2021.9.27.).

75) 위의 글.

76) “김정은 위원장이 제일 좋아하는 술이 평양소주?” 『NK경제』, 2019.7.30, <<https://www.nkeconomy.com/news/articleView.html?idxno=1716>> (검색일: 2021.10.28.).

국가상징은 국가를 상징하는 역사성과 문화적 전통이 있다. 북한에서 국가상징으로 지정한 것 역시 일정한 역사성과 문화적 전통이 있는 것이다. 하지만 국주인 평양주는 경우가 다르다. 전통적인 의미로 재현한 전통주라기보다 대중주에 가깝다. 우리의 전통적인 술로는 문배주, 안동소주, 두견주 등이 있다. 남북정상회담에서는 알코올도수 40%의 문배주, 면천 두견주 등이 사용되었다.⁷⁷⁾ 북한에도 들쭉술이나 인삼주와 같은 술이 있다. 북한은 국주 지정 이후, 디자인을 새롭게 하고, 도수를 높여 여러 가지 술을 개발하여 판매하고 있다.

앞의 기사에서 확인되듯이 북한의 술로는 이름난 제품이 없었다. 이처럼 북한에서 생산하는 술에 국주라는 위상을 부여하면서 제품의 품질 유지와 관리가 중요해진다. 또한, 대외적으로는 국주에 대한 관심을 환기하는 효과도 있다.

여러 전통주를 제외하고 희석식 술을 국가상징으로 규정한 것은 대중적인 상업화 때문이다. 평양주와 평양소주, 고려술은 북한 내에서 소비되는 것과 함께 대외 상품으로 수출된다. 대내적으로 평양소주에 대한 이미지를 개선하여 국주에 대한 자긍심을 심어주고, 대외적으로 취약한 브랜드 파워를 키우기 위한 전략의 일환이다. 브랜드 경쟁력이 약한 평양소주가 국가상징의 위상을 갖게 되면 브랜드 위상과 상품적 가치도 함께 상승하게 된다.

77) “남북정상회담 만찬주 관심,” 『연합뉴스』, 2018.11.23., <<https://www.yna.co.kr/view/PYH20181123098200013>> (검색일: 2021.10.3.).

3. 소결

2021년 기준으로 북한에서 규정한 국가상징은 10종이다. 10개 국가상징 중에서 1948년 「헌법」 제정 시부터 규정한 국가상징은 국호, 국장, 국기, 수도 네 가지였다. 〈애국가〉의 경우에는 「헌법」 제정 이전인 1946년에 창작되었지만, 1998년 「사회주의헌법」에서 처음으로 명문화되어 모두 다섯 가지의 국가상징이 헌법에 규정되어 있다.

헌법 규정 이외에 새롭게 확장된 국가상징으로는 국화, 국어, 국조, 국수, 국견, 국주가 있다. 국화와 국어는 김일성 시대에, 국조는 김정일 시대에 지정되었다. 국수, 국견, 국주는 김정은 시대에 새롭게 제정된 국가상징이다. 그리고 산업 전략의 하나로 술을 국가상징으로 지정한 점이 특기할 만하다.

법에 규정된 국가상징인 국호, 국기, 국장, 국가(國歌)는 국제적인 공식성을 가진 상징체계이다. 북한의 국호 ‘조선민주주의인민공화국’은 영문으로 DPRK로 표기된다. 국호에 대한 법 규정은 변하지 않았지만, 「헌법」 서문과 제1조 내용 변화를 통해 국호를 수식하는 국가의 성격 변화를 살펴볼 수 있다. 특히 2019년 개정 「헌법」의 서문과 제1조는 ‘사회주의국가’의 국가성을 강조하고 있어 향후 북한의 동력이 ‘민족’보다 ‘국가’에 있음을 보여준다. ‘람홍색 공화국기’로 불리는 국기는 건국 초기 도안을 그대로 유지하고 있되, 색채와 도안의 의미는 유일지배체제가 형성됨에 따라 수령의 영도를 추가했다. 국장의 경우에도 제정 「헌법」이 규정한 내용은 그대로 유지되었으나 ‘혁명 의 성산 백두산’을 추가하여 혁명전통을 국장의 의미에 넣었다. 국가(國歌)인 〈애국가〉가 헌법에 규정된 것은 1992년 ‘우리식 「사회주의 헌법」’에 와서인데, 그만큼 〈애국가〉의 위상이 높아졌음을 의미한다.

1948년 초대 「헌법」에서 서울을 수부로 규정했던 북한은 1972년

「사회주의헌법」에서부터 평양을 수도로 명기했다. 평양은 헌법상 행정상의 수도일 뿐 아니라 「평양시관리법」을 통해 주체의 성지이자 조선인민의 심장으로서 규정되어 특별 관리되고 있다.

법 규정 국가상징 이외에 새롭게 확장된 국가상징으로는 김일성 시대의 국화와 국어, 김정일 시대의 국조, 김정은 시대의 국수, 국견, 국주가 있다. 확장한 국가상징은 일찍부터 북한을 대표하는 상징으로 활용되었던 것도 있고, 새롭게 국가상징으로 규정한 것도 있다. 국가상징의 확장은 국가상징의 위상과 특성에 따라서 확장하는 방식이 달라졌다. 이를 도표로 정리하면 다음과 같다.

〈표 II-6〉 국가상징의 확장

국가상징	시기	방식	의미	활용
국호(國號)	1948년	「헌법」 규정	국가 대표 상징	
국장(國章)	1948년	「헌법」 규정	국가 대표 상징	
국기(國旗)	1948년	「헌법」 규정	국가 대표 상징	
국가(國歌)	1946년 (1992년)	국가로 부르던 것을 「헌법」에서 별도의 항목으로 규정	대외적 상징성 제고	국가 공식행사
국화(國花)	1964년 (1991년)	북한 대표상징에서 국가상징으로 규정	수령상징화와는 다른 국가상징꽃으로 위상 제고	화폐 도안 등
국어(國語)	1966년 (2019년)	관행적 상징에서 국가상징으로	민족어에서 국어로 온전한 위상 부여	생활문화 규범
국조(國鳥)	2008년	민족상징에서 국가상징으로	민족의 기상	대외 이미지, 항공 관련 이미지
국견(國犬)	2014년	천연기념물에서 국가상징으로	천연기념물	대외적인 이미지 제고
국수(國樹)	2015년	민족상징 혁명상징에서 국가상징으로	만경대가문의 혈통 정통성	생활문화 규범, 경제브랜드
국주(國酒)	2015년	명주에서 국가상징으로	북한을 대표하는 술로 규정	경제브랜드

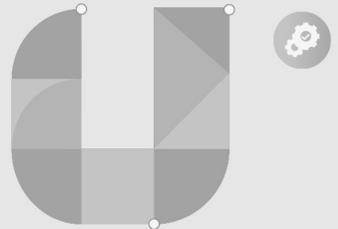
출처: 저자 정리

국화, 국조, 국수, 국견 등이 국가상징으로 규정된 근거는 역사·문화적인 맥락과 최고지도자와 관련되어 있다. 국주인 평양주는 김정은 체제에서 새롭게 규정한 국가상징이지만 김정은의 관심을 부각함으로써 선대 수령의 유훈임을 드러내고 있다. 국수 소나무가 김형직과 연결되는 것처럼 국견 풍산개는 김형권과 연결되어 혁명가문의 혁명전통을 보완하는 기능도 있다. 참매는 김정은의 언급과 관심을 기반으로 민족의 전통과 역사를 반영하고 있다. 국주 평양주는 국가와 민족의 역사와 문화, 기질과 정신을 바탕으로 한 여타의 국가상징과 달리 대외적 상품성을 제고하고 제품의 브랜드 파워를 키우려는 전략으로 파악된다.

이상으로 법 규정 국가상징 체계와 확장된 국가상징 체계를 분석했다. 북한의 국가상징은 헌법에서 규정한 국호, 국장, 국기, 국가(國歌), 수도가 기본이다. 확장된 국가상징은 김일성 시대에 지정된 국화(목란)와 국어(평양문화어), 김정일 시대에 지정된 국조(참매), 김정은 시대에 지정된 국수(소나무), 국견(풍산개), 국주(평양소주, 고려주, 평양주) 등이다. 국가상징들은 우리 국가제일주의를 내건 김정은 정권하에서 여러 가지로 재문맥화되어 국가 브랜드로 대내외에 홍보되고 있음을 다음 장에서 분석하겠다.

III. 김정은 시대 국가상징의 재문맥화

이지순 통일연구원
이무경 건국대학교
전영선 통일디자인연구소



김정은 시대에 새롭게 강조되는 국가상징은 애국심을 넘어 김정은 체제의 지향성을 보여준다. 김정은은 선대의 주체사상-선군사상을 ‘김일성-김정일주의’로 정식화하면서, 계승의 논리와 통치 이데올로기를 ‘김정일애국주의’로 제시했다.⁷⁸⁾ 그리고 국가발전 목표로 제출한 ‘사회주의문명국’, 경쟁력을 갖추고 국가로 발돋움하여 부흥하고자 호명한 ‘우리 국가제일주의’는 국가를 중심에 놓는 통치 담론이라 할 수 있다.

김정은은 사회주의 제도의 원칙에 따라서 당이 중심이 되는 국가로서 세계적 수준의 국가발전을 이룩하겠다는 비전을 제시했다. 대북 제재에도 불구하고 발전하고 변모한 국가를 반영하고, 정상국가성을 바탕으로 전체 인민의 ‘애국’을 지향할 상징이 필요했다. 이때 국가상징은 정상국가성과 애국을 담는 매개였다.

1절에서는 김정은 시대의 김정일애국주의와 국가제일주의가 국가상징을 어떻게 재문맥화하는지 그 배경을 살펴보고, 국가주의와 국가상징의 재문맥화를 사회주의문명국 수도 평양의 브랜드화로 고찰한다.

2절에서는 법 규정 국가상징인 국호, 국장, 국기, 국가(國歌)가 김정은 시대 들어와 문화적으로 재문맥화되는 양상을 분석한다. 영문 표기와 관련한 대외적 호명 중심으로 국호의 재문맥화, 김정은의 국무위원장 표식 사용과 관련해 국장의 활용을 살펴본다. 국가상징 가운데 가장 활발하게 사용되는 국기는 국가의례의 국기 게양식을 비롯해 스포츠 세리머니, 영화와 음악 및 공연예술 중심으로 재문맥화 양상을 분석한다.

3절에서는 국가주의가 문화적으로 확장되고 대중화되는 양상을 살펴본다. 국화, 국수, 국조, 국견 등이 생활용품의 브랜드로 연결되

78) 정영철, “북한의 ‘우리 국가제일주의’-국가의 재등장과 ‘체제 재건설’의 이데올로기,” 『현대북한연구』, 제23권 1호 (2020), pp. 18~19.

는 지점을 통해 국가상징이 정치사회적 영역뿐만 아니라 일상에서 매개되는 양상을 살펴볼 것이다. 이를 통해 국가상징이 정치적 차원에서 시작하여 생활의 모든 분야로 적용되며 어떻게 확장하는지 분석하고자 한다.

1. 국가상징 재문맥화의 배경

김정은이 선대를 계승하는 논리로 제출한 김정일애국주의는 이념으로서 우리 국가제일주의와 연동하고, 사회주의문명국이 내포한 선진사회의 발전 목표를 담고 있다. 국가상징은 국민의 자긍심과 결속을 이끄는 애국의 상징으로, 정상국가성을 표지하는 정권의 합법성으로 집중적으로 교양되며 선전되었다.

1절에서는 김정일애국주의와 우리 국가제일주의를 중심으로 국가상징 재문맥화의 이념적 배경을 살펴본다. 북한이 국가의 심장으로서 부르는 평양이 사회주의문명국의 본보기 도시로 꾸러지는 과정을 통해 국가상징의 재문맥화를 분석한다.

가. ‘김정일애국주의’와 국가상징

김정은은 집권 초기에 선대 수령들의 사상인 김일성의 주체사상과 김정일의 선군사상을 하나로 통합해 ‘김일성-김정일주의’로 정식화했다. 당규약을 개정해 ‘김일성-김정일주의를 유일한 지도사상’⁷⁹⁾으로 천명한 이후, 이어 등장한 ‘김정일애국주의’는 김정은의 통치 담론으로 등장했다. 김정일애국주의는 김정일 시대를 계승하는 논리이자 선대와 구분하는 이념이라 할 수 있다.

79) “조선로동당규약 서문,” 『로동신문』, 2012.4.12.

김정일과 애국을 함께 호명한 김정일애국주의는 1980년대 후반부터 강화되기 시작했던 민족주의를 재해석하고, 국가를 중심에 둔 체제의 재건설을 목표로 하고 있음을 보여준다.⁸⁰⁾ 김정일애국주의는 “사회주의적애국주의의 최고정화”로⁸¹⁾ 정의되면서 김정일의 사상과 가르침을 중심에 두었다.

김정일애국주의는 “조국의 품은 곧 수령의 품이며 수령에 대한 충실성이며 최고의 애국”이라는 조국관, “인민을 하늘처럼 여기는” 인민관, “미래를 끊임없이 사랑하는” 후대관으로 구성되어 있다.⁸²⁾ 김정일애국주의의 조국관은 수령중심론에, 인민관은 이민위천에, 후대관은 청년중시와 관련되어 있다. 이때 애국이란 추상적 개념이 아니라 “자기 고향, 자기 일터의 풀 한포기, 나무 한그루도 부여안고 열을 주고 숨결을 부어주는것이 참된 애국주의”로⁸³⁾ 호명되었다.

또한, 김정일애국주의는 부강조국건설을 목적으로 등장했다고 볼 수 있다. 이때 자강력제일주의는 “자기의것에 대한 믿음과 애착, 자기의것에 대한 긍지와 자부심”을⁸⁴⁾ 바탕으로 자력갱생하여 김정일애국주의를 구현하는 것이 요구되었다. 김정일이 남긴 ‘고귀한 정신적 유산’으로⁸⁵⁾ ‘위대한 애국주의’로 규정되는 김정일애국주의는 김정은의 권력 승계를 정당화하며, 수령과 인민의 관계를 애국으로 변용했다.

김정일애국주의는 국민을 결속하고 통합하는 ‘애국’의 기제에서

80) 정영철, “북한의 ‘우리 국가제일주의’-국가의 재등장과 ‘체제 재건설’의 이데올로기,” p. 19.

81) “김정일애국주의를 구현하여 부강조국건설을 다그치자-조선로동당 중앙위원회 책임 일꾼들과 한 대화,” 『로동신문』, 2012.8.3.

82) 리현숙, “김정일애국주의는 우리 국가제일주의의 사상정신적원천,” 『철학, 사회정치학 연구』, 3호 (2018), p. 15.

83) “숭고한 후대관으로 일관된 애국주의,” 『로동신문』, 2012.5.12.

84) “김정일애국주의를 구현해나가고있는 우리 인민의 혁명적품모,” 『로동신문』, 2016.7.29.

85) “경애하는 김정은동지의 명언해설<<김정일애국주의는 김일성민족의 영원한 빛이고 숨결이며 부강조국건설의 원동력이다>>” 『로동신문』, 2021.3.30.

출발했다. 인민을 존중하고, 인민을 절대시하여 어머니처럼 보살피 주고, 인민의 요구와 이익을 최우선하는 이민위천은 김정일애국주의의 인민관의 핵심이다.⁸⁶⁾ 김정은이 “세상에서 제일 좋은 우리 인민 만난시련을 이겨내며 당을 충직하게 받아들여온 우리 인민이 다시는 허리띠를 조이지 않게 하며 사회주의부귀영화를 마음껏 누리게 하자는것이 우리 당의 확고한 결심”이라고⁸⁷⁾ 선언했을 때, 경제강국 건설과 인민생활 향상은 인민들이 시대 변화를 체감할 수 있는 구체적 영역으로 부상했다.

문화유산을 보존하고 보호하는 것도 애국의 실천이다. 2017년 로동신문 기사를 보면, 북한의 민족문화유산의 하나인 월정사 관리원이 사찰을 관리하면서 국화를 함께 가꾼다고 소개하고 있다. “조선의 국화인 목란꽃이 영원하듯이 민족의 재부를 지켜 대를 이어 애국의 삶을 빛내여 가려는 것이 세월이 흘러도 변함없을 애국자가정의 가풍”이라는⁸⁸⁾ 관리인의 말은 국가상징을 보호하고 가꾸는 것이 애국의 실천임을 보여준다. 풍산개가 “수령님들과 원수님의 애국애족 사랑에 떠받들려 국견으로 제정”된⁸⁹⁾ 것처럼, 국가상징은 “우리 인민의 애국심을 높이 발양시키는데 이바지”하는⁹⁰⁾ 대상이다.

김정일애국주의는 우리 국가제일주의와 연동하면서 사회주의문명국이 내포한 부유하고 문명한 선진사회의 발전 목표를 담고 있다.

86) “위대한 김정일동지를 우리 당의 영원한 총비서로 높이 모시고 주체혁명위업을 빛나게 완성해나가자-조선로동당 중앙위원회 책임일군들과 한 담화(2012년 4월 6일), 『로동신문』, 2012.4.19.

87) “선군의 가치를 더 높이 추켜들고 최후승리를 향하여 힘차게 싸워나가자-위대한 수령 김일성 대원수님탄생 100돏경축 열병식에서 한 연설(2012년 4월 15일), 『로동신문』, 2012.4.16.

88) “구월산이 전하는 애국의 가풍,” 『로동신문』, 2017.8.5.

89) “민족의 자랑으로 이름 떨치는 풍산개-조선의 국견, 보호증식을 위한 국가적 대책,” 『조선신보』, 2017.12.15.

90) “미술작품전시회 《조선의 국수-소나무》 개막,” 『로동신문』, 2019.2.14.

이때 국가상징은 애국의 상징으로 전면적으로 활용되었다. 올림픽이나 세계선수권대회와 같은 국제 스포츠경기에서 “나라의 존엄과 기상을 높이”⁹¹⁾ 떨치는 것이 애국의 실천으로 일컬어졌다. 국제대회에서 우승한 선수의 가슴에 붙은 국기, 우승자 세리머니로 게양되는 국기와 애국가는 대내적으로는 국민의 자긍심과 결속을, 대외적으로는 국격을 높이는 애국의 실천이 되는 것이다.

나. ‘우리 국가제일주의’와 국가상징

물질적으로 풍족하고 문화적으로 윤택한 삶을 즐기는 선진국은 김정은이 집권 초기부터 내세운 이상이였다. 핵 보유는 국제관계에서 중요한 협상 카드로 사용할 수 있는 황금 열쇠였다. 핵 보유를 공식적으로 선언한 2017년 11월 이후, 폐쇄적인 은둔의 나라에서 장막을 걷어내고 스포트라이트를 받았던 순간은 2018년 남북·북미 정상회담이었다. 핵을 보유한金正은 시대는 김일성·김정일 시대와 다른 국가의 모습, 북한이 그동안 욕망했던 강국의 이미지를 만들어 낼 토양이 조성되었음을 말해준다.

김정은 집권 초기에 제시된 사회주의문명국은 국가의 발전 목표에는 부합했지만, 사상적·이념적 요소는 부족한 상황이었다. 핵 보유국이 된 북한은 남북·북미 정상회담을 개최하면서 패러다임의 변화를 담을 미래 비전과 구호가 필요했다. 2017년에 처음 등장한 ‘우리 국가제일주의’는 아이디어 차원에 머물렀다.⁹²⁾ 구체적인 의미는

91) “백두의 혁명지인으로 체육강국건설에서 새로운 전성기를 열어나가자-제7차 전국체육인 대회 참가자들에게 보낸 서한(2015년 3월 25일), 『로동신문』, 2015. 3.26.

92) 신년사에서 공식 언급되기 전, ‘우리 국가제일주의’가 처음 등장한 것은 2017년 11월 29일이다. “핵무력의 역사적 대업, 로켓강국위업”으로 전략적 지위를 올리게 되었다고 강조하며 이 같은 핵 무력 완성은 곧 “영웅적 투쟁과 위훈의 서사시”로 “우리 국가제일주의, 우리 민족제일주의”와 동일시되었다. 이때의 우리 국가제일주의는 군사 강국의 도래가 국가와 민족의 자랑임을 수사적 차원에서 언급한 것이었다. “조국

2018년 상반기에 대중매체와 학술지에 ‘우리 국가제일주의’에 대한 기본 개념과 사상적 본질에 대한 글이 수록되면서 풍부해졌다.⁹³⁾ 그리고 2019년에 이르러 국가발전의 미래 비전을 담당할 구호로, 정세와 환경이 어떻게 변하든 간직해야 할 신념으로 제시되었다.⁹⁴⁾

2019년 신년사에서 우리 국가제일주의가 공식적으로 표명된 이후부터 당 기관지인 로동신문이나 일간지 민주조선을 비롯해 대중지 천리마, 교육전문지 인민교육, 각종 학술지에서 국가제일주의의 개념과 이와 관련한 콘텐츠들이 활성화되었다.

“주체조선의 강대성과 우월성”,⁹⁵⁾ “인민대중중심의 가장 우월한 사회주의제도에서 살며 혁명하는 긍지와 자부심”을⁹⁶⁾ 동력으로 하는 ‘우리 국가제일주의’는 국가상징을 재귀하도록 했다. 국가상징 교양은 참매와 목란이 국조와 국화라는 사실을 사람들이 잘 모른다고 김정은이 지적한 이후 강화되기 시작했다.⁹⁷⁾ 그리고 로동신문은 2018년 11월부터 국수 소나무를 시작으로 정기적으로 국가상징 기사를 내면서 대중교양을 시작했다. 국가상징 기사는 직관적인 시각 정보와 생태학적 특성, 역사적 전통과 문화와 어떻게 결부되는지 등을 담았다. 국가상징이 반영한 서사는 민족의 고난과 승리를 내포하는 특징이 있다.

청사에 길이 빛날 민족의 대경사, 위대한 조선인민의 대승리, 『로동신문』, 2017.11.30.

93) “우리 국가제일주의,” 『조선녀성』, 2018년 2호, 2018.2.7.; 원길성, “우리 국가제일주의의 본질,” 『조선녀성』, 2018년 6호, 2018.6.7.; 최영일, “우리 국가제일주의의 기본요구,” 『조선녀성』, 2018년 7호, 2018.7.7.; 서성일, “경애하는 최고령도자 김정은 동지께서 밝히신 우리 국가제일주의에 관한 사상,” 『철학, 사회정치학연구』, 2호 (2018); 리현숙, “김정일에국주의는 우리 국가제일주의의 사상정신적원천,” 『철학, 사회정치학연구』, 3호 (2018); 장동국, “우리 국가제일주의를 높이 들고나가는데서 나서는 중요요구,” 『철학, 사회정치학연구』, 3호 (2018); 김정철, “우리 국가제일주의의 본질적내용,” 『김일성종합대학학보: 철학, 경제학』, 제64권 4호 (2018) 참조.

94) “신년사,” 『로동신문』, 2019.1.1.

95) “우리 국가제일주의,” 『조선녀성』, 2018년 2호, 2018.2.7., p. 24.

96) “우리 국가제일주의의 본질,” 『조선녀성』, 2018년 6호, 2018.6.7., p. 28.

97) 장선화, “공화국창건과 더불어 힘있게 올려펴진 조국찬가,” 『조선예술』, 2018년 9호, p. 18.

우리 국가제일주의는 “세계가 공인하는 우리 공화국의 전략적지위와 국력”에 상응하는 이념으로, “사회주의조국의 위대성에 대한 긍지와 자부심”을 본질적 내용으로 하며, 국가의 부흥에 적합한 “숭고한 사상감정”으로 정의되었다.⁹⁸⁾ 주체사상과 김정일애국주의를 사상 정신적 기초로 하여 ‘강성번영’의 ‘보검’으로 명시된 국가제일주의는⁹⁹⁾ 대북제재를 받고 국제적으로 고립된 북한이 정상국가의 위상을 창출하여 국제무대에서 경쟁력을 갖춘 국가로 발돋움하려는 목표를 함축한다. 한편으로는 김일성과 김정일의 통치 이념을 계승하고, 국가주의 사상을 강국 건설의 동력으로 제출한 것이었다.¹⁰⁰⁾

‘우리 국가제일주의’는 국가 비전을 장밋빛 청사진으로 제출했지만, “나라의 국력과 위상을 떨쳐나가는”¹⁰¹⁾ 과업은 대내외 환경이 조성되어야 가능했다. “국력강화는 국가존립과 발전의 사활적인 문제”였지만,¹⁰²⁾ 하노이 노딜 이후 “아직은 모든것이 부족하고 어렵지만 자립경제의 토대와 거대한 잠재력을 최대한 효과적으로 동원리용”하는 것으로¹⁰³⁾ 조정할 수밖에 없었다. 그리고 제재봉쇄가 지속되어 인민생활의 ‘애로’가 적지 않지만 그럼에도 국가와 정권을 믿고 “자립적민족경제와 자위적국방력을 건설한 기적의 나라”에¹⁰⁴⁾ 대한 자부심으로

98) “우리 국가제일주의의 본질,” 『로동신문』, 2019.1.8.

99) “우리 국가제일주의의 사상정신적기초,” 『로동신문』, 2019.1.20.

100) “우리 국가제일주의를 높이 들고나가는데서 나서는 중요요구는 무엇보다 위대한 수령님과 위대한 장군님의 부강조국건설사상과 불멸의 업적을 견결히 옹호고수하고 끝 없이 빛내이는 것”을 주요 골자로 한다는 관점은 우리 국가제일주의의 핵심이 수령론임을 보여준다. 장동국, “우리 국가제일주의를 들고나가는데서 나서는 중요요구,” 『철학, 사회정치학 연구』, 3호 (2018), p. 19 참조.

101) “우리 국가제일주의를 들고나가는데서 나서는 과업,” 『로동신문』, 2019.1.27.

102) 한경수, “우리 국가제일주의는 사회주의강국건설의 위대한 추동력,” 『천리마』, 2019년 3호, p. 28.

103) 황혜경, “우리 국가제일주의를 들고나가는데서 중요한 문제,” 『천리마』, 2019년 5호, p. 28.

104) 최남철, “우리 국가제일주의를 들고나가는데는 공화국강화발전의 합법적직요구,” 『천리마』, 2019년 6호, pp. 20~21.

우리 국가제일주의를 계속 견지하는 것이 합법칙적 요구라고 주장되었다.

2020년이 되자 북한의 대내외 형세는 전 지구적 감염병 팬데믹과 겹치면서 돌파구를 찾기 어려운 상황에 직면했다. 우리 국가제일주의에 기반을 둔 국가상징에 대한 대중선전은 지속되었지만, 국가주의 담론은 소강에 이르렀다.

〈그림 III-1〉 대중들에게 인기 있는 백학 브랜드 기사



Popular Paekhak Products

PEOPLE HAVE LONG regarded it as one of the five blessings to have fine teeth. So their demand for dental hygiene supplies is growing.

Recently the Paekhak-brand goods produced by the Pyongyang Dental Hygiene Supplies Factory are popular with the citizens of the country. The factory situated in Songyo District, Pyongyang, produces over 30 kinds of toothpaste, gargles, and different dental hygiene supplies.

Some time ago it developed functional substances based on natural raw materials. On the basis of this, it developed functional and curative sorts of toothpaste such as poplar antibacterial toothpaste which is especially effective against stomatitis, phytic acid toothpaste for preventing tartar, whitening toothpaste, borneol toothpaste, strawberry-flavoured toothpaste for children, gargle for epidermal growth and Honggok-activated gargle. As they showed obvious effects, they were favourably commented upon at the autumn trade fair and other exhibitions and shows held last year, espe-

cially, the borneol toothpaste and the gargle for epidermal growth.

Pak Jong Guk, 39, a resident of Sungni-dong No. 3, Rangrang District, Pyongyang, says, "I've used the borneol toothpaste for some time. Flakes of borneol in the toothpaste remind me of ice crystal. It makes me feel refreshed and is highly effective in preventing caries."

Jong Kyong Chol, 36, a resident of Misan-dong No. 2, Taesong District, Pyongyang, says, "Whenever I did not feel well and was tired in the past, my mouth blistered and was inflamed, and it was hard for me to brush my teeth. So I used the gargle for epidermal growth and, to my surprise, my mouth got well several days later."

The dental hygiene supplies from the factory have become popular with people thanks to the effort of the managers, researchers and workers. General Manager Ri Yong Suk and other officers and researchers regularly visit different service facilities to get the public opinion of their products and, on this basis, further improve the

quality of the goods. Not long ago they set up a new peppermint oil refining line, the main factor in raising the quality of toothpaste. Last year they carried out 65 items of technical innovation, for example, the automation and modernization of such production processes as tube shoulder injection and multi-layer extrusion.

The Dental Hygiene Supplies Institute of the factory set a goal of developing more than ten kinds of new products this year, and is pushing ahead with new natural materials projects.

The goods from the factory are available at Pyongyang Department Store No. 1, Daesong Department Store and other shops.

Kim Myong Sim



No. 6, 2020 41

출처: "Popular Paekhak Products," *Korea Today*, no. 6, 2020, p. 41.

한편, 인민소비품 전시회가 다종다양하게 선보인 신발, 화장품, 조선옷, 사탕, 과자의 질은 국가의 발전 잠재력과 체제의 우월성을 반영한다. 다종다양한 제품의 종류와 품질에의 요구는¹⁰⁵⁾ 소비품의 브랜드화와 경쟁력의 강화를 의미하며, 자강력제일주의가 국가제일주의 개념으로 수용됨을 보여준다. 국가상징은 제품 디자인과 상품명에 적용되며 브랜드 경쟁력과 가치를 높이는 매개로 활용되었다. 그리고 불리한 대내외 형세 속에서 표류하던 우리 국가제일주의는 2021년 1월 6일, 제8차 당대회에서 다시 호명되었다.

8차 당대회는 김정은 집권 이후를 “자존과 번영의 새시대, 우리 국가제일주의의 찬란한 시대가 펼쳐졌으며 우리 공화국의 존엄과 대외적 지위, 종합적국력은 비상이 높은 경지에 올라섰다”고¹⁰⁶⁾ 총평했다. 8차 당대회는 7차 당대회 이후 5년 만에 개최되면서 당대회가 정례화 될 가능성을 보여주었다. 이는 정상국가의 보편적 국정운영의 한 형태로 포착되었다. 북한 스타일 또는 김정은 스타일의 사회주의 정상국가가 우리 국가제일주의에 내포되어 있는 것이다.

다. 사회주의문명국 수도 평양의 브랜드화

북한에서 평양은 수도 이상의 의미를 지닌 곳이다. 김일성이 “조선 인민의 심장이며 사회주의조국의 수도이며 우리 혁명의 발원지”로¹⁰⁷⁾ 규정했던 평양은 정치·경제·문화의 중심지이자, 국가상징의 의미가 있다.

북한을 대표하는 도시 브랜드인 평양의 이름을 딴 국제행사로 널

105) “모든 생산단위에서 견지하여야 할 선질후량의 원칙,” 『로동신문』, 2020.1.9.

106) “우리식 사회주의의 전면적발전행로에서 일대 분수령으로 될 투쟁과 전진의 대회-력사적인 조선로동당 제8차대회 개막,” 『로동신문』, 2021.1.6.

107) 김일성, “건설의 질을 높이기 위하여-평양시건설자회의에서 한 연설 1958년 12월 25일,” 『김일성전집 제22권』 (평양: 조선로동당출판사, 1998), p. 524.

리 알려진 것은 1987년부터 시작된 ‘평양국제영화축전(PIFF)’이다.¹⁰⁸⁾ 김일성 생일을 기념해 1981년부터 개최되었던 ‘만경대상국제마라손’ 대회가 대외적으로 ‘평양마라톤(The Pyongyang Marathon)’ 대회로 알려져 있듯, 김일성 가계의 상징보다 평양을 내세우는 것이 국제행사의 공신력을 높일 수 있다.

김정은 시대에 평양을 브랜드로 하여 신설된 국제행사는 2018년에 개최된 제1차 ‘평양국제성악콩클’이 있다. 원래 김정일 생일을 기념해 2018년 2월에 ‘정일봉상(賞)국제성악콩클’이 열릴 예정이었다. 그러나 “우리 나라와 세계 여러나라 예술인들사이의 교류와 협력을 강화하고 인류음악예술을 더욱 발전시키는데 이바지할 목적”¹⁰⁹⁾ 아래 콩쿠르 명칭을 바꾸고, 개최 시기도 4월로 변경했다. 콩쿠르의 모든 과정은 인터넷 홈페이지에 공개되었는데, 주목할 점은 명칭 변경이다. 김정일을 상징하는 ‘정일봉상’이 북한식 개인숭배와 폐쇄주의를 함의한다면, 도시명을 브랜드로 한 여타의 국제 콩쿠르처럼 ‘평양’은 국제대회의 공공성과 신뢰도를 올린다.

평양을 브랜드로 하는 국제대회 및 행사는 평양뿐만 아니라 북한의 위상을 높이는 효과가 있다. 김정은은 평양이 세계적인 도시로 성장하는 것을 목표로 삼았다. 일반적으로 선진사회는 창의적이고 다양한 문화복지를 제공하는 문화사회의 형태이다. 김정은이 추진한 일련의 사회문화 시책들은 문화복지를 확충하여 북한식 선진사회, 사회주의문명국을 건설하는 것이었다. 평양은 이의 본보기였다.

김정은 시대 평양 건설은 2012년 신년 공동사설에서 김일성 탄생 100주년을 기념하고 김정일 유훈을 실천한다는 명분에 의거했다.

108) ‘빨리볼가담 및 기타 발전도상나라들의 평양국제영화축전’으로 개최되던 영화제는 2006년 제10차 행사부터 공식명칭을 ‘평양국제영화축전’으로 바꾸었다.

109) 조선예술, “평양국제성악콩클,” <<https://korart.sca.kp/index.php/kongkl>> (검색일: 2021.5.13.).

수도의 품격은 “세계적인 도시로 웅장화려하게”¹¹⁰⁾ “더욱 웅장하고 풍치수려한 도시”로¹¹¹⁾ 기획되었다. 이때 사회주의문명국이라는 국가적 이상을 구체화하고, ‘사회주의선경’을 스펙터클하게 보여주는 것은 고층살림집이었다.

‘평해튼’이라는¹¹²⁾ 별칭을 얻은 대규모 고층살림집은¹¹³⁾ 2016년에 시작해 2017년에 완공된 려명거리가 절정이었다. 려명거리는 “사회주의 문명이 응축된 리상거리”로¹¹⁴⁾ 대대적으로 선전되었다. 또한, 평양의 기념비적 경관이자 상징물, 평양을 대표하는 브랜드로 자리 잡았다.

평양 고층살림집의 스펙터클은 사회주의문명국, 인민대중제일주의를 나타내는 기표이다. 스카이라인의 변화와 파스텔 톤으로 칠한 건물, 야간 조명은 도시에 색과 빛을 불어넣으며 시대 변화를 직접 체감하도록 이끌었다. 이와 더불어 유희장, 공원, 문화체육시설 등 “인민들의 복리증진”을¹¹⁵⁾ 확충하는 사업은 “부강하고 문명한 사회주의조국”에서¹¹⁶⁾ “최상의 문명을 최고의 수준에서 누리게”하는¹¹⁷⁾ 가시적 성과로 알려졌다. 이는 대외 선전물 평양 화보에 적극 반영되어 평양을 브랜딩하는 요소로 활용되었다.

110) “위대한 김정일동지의 유훈을 받들어 2012년을 강성부흥의 전성기가 펼쳐지는 자랑스러운 승리의 해로 빛내이자,” 『로동신문』, 2012.1.1.

111) “신년사,” 『로동신문』, 2013.1.1.

112) “WP “북한 1% 부유층, 평양서 맨해튼 같은 호화생활,” 『연합뉴스』, 2016.5.15., <<https://www.yna.co.kr/view/AKR20160515039600009>> (검색일: 2021.6.18.).

113) 2012년의 창전거리를 시작으로 2015년까지 은하과학자거리, 김일성종합대학 과학자 아파트, 위성과학자거리, 김책공업대학 교육자아파트, 미래과학자거리를 완공했다.

114) “자력자강의 사회주의 강국건설에서 쟁취한 자랑스러운 대승리, 전인민적인 대경사,” 『로동신문』, 2017.4.14.

115) “신년사,” 『로동신문』, 2013.1.1.

116) “신년사,” 『로동신문』, 2014.1.1.

117) “신년사,” 『로동신문』, 2016.1.1.

〈그림 Ⅲ-2〉 화보 조선의 표지: “창전거리의 아침”, “미래과학자거리의 저녁”, “새날이 밝아오는 려명거리”



출처: “창전거리 아침,” 『조선』, 2020년 9호 표지; “미래과학자거리의 저녁,” 『조선』, 2021년 2호 표지; “새날이 밝아오는 려명거리,” 『조선』, 2020년 11호 표지.

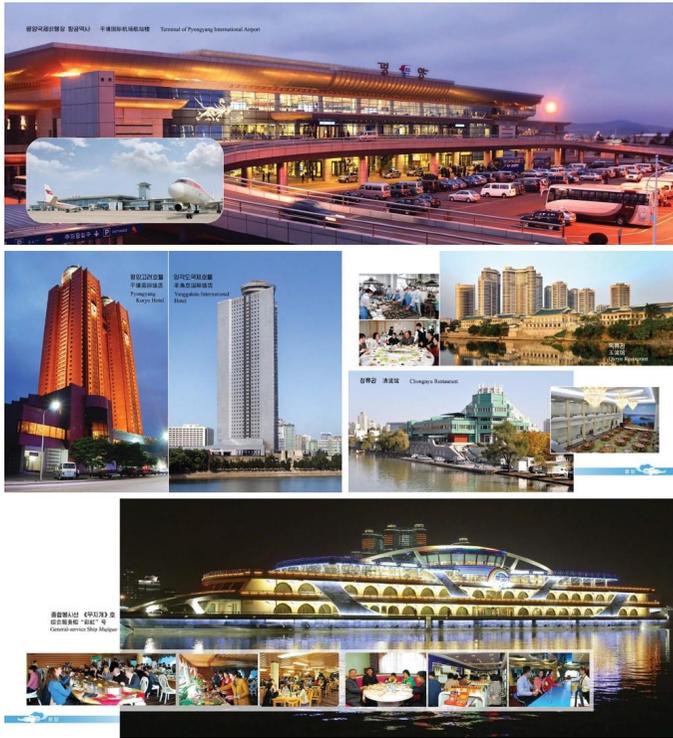
2018년 ‘문화’와 ‘역사유물과 유적’ 편으로 나누어 발행된 평양 화보집은 조선어, 영어, 중국어 순으로 표기하고 있다. 대외 선전용 화보집은 대내적으로는 국가에 대한 자긍심과 소속감을, 대외적으로는 대북제재에도 불구하고 이룩한 평양의 극적인 변화를 보여주려 했다.

‘문화’ 편에서는 평양에 집중된 정치적 상징물보다 “과학기술보급기지들과 전민교육의 거점들, 문화정서생활기지들”에서 “행복하고 문명한 문화정서생활을 마음껏 향유”하는¹¹⁸⁾ 곳으로 소개되었다.¹¹⁹⁾ 이채로운 점은 해외 관광객을 겨냥한 듯 보이는 국제관광을 위한 편의시설들이다.

118) 외국문출판사, 『평양(문화)』 (평양: 외국문출판사, 2018), p. 2.

119) 화보집은 과학, 교육, 보건, 체육, 예술, 관광, 문화오락 시설 순으로 배치되어 있다. 과학기술전당과 인민대학습당, 김일성종합대학과 김책공업종합대학을 비롯해 만경대학생소년궁전과 만경대소년단야영소는 과학과 교육 관련 시설이다. 김정은 시대에 현대적인 의료기관으로 건설된 평양산원 유선중앙연구소, 옥류아동병원, 류경치과병원이 이어 나온 후 각종 체육 관련 시설과 문화예술 시설이 뒤를 잇는다.

〈그림 Ⅲ-3〉 평양 화보집에 소개된 관광 관련 시설



출처: 외국문출판사, 『평양(문화)』(평양: 외국문출판사, 2018), pp. 16~18.

“수도 평양의 관문답게”¹²⁰⁾ 국제적 기준에 맞춰 2015년에 완공된 순안국제공항 신청사, 평양고려호텔과 양각도국제호텔, 옥류관과 청류관은 해외 관광객에게 소개하는 고급 호텔과 유명 식당들이다. 또한, “여러가지 봉사시설들과 문화후생시설들을 갖춘 종합봉사선을 잘 무어 옥류교와 대동교사이에 띄워놓으면 우리 인민들에게 또 하나의 문화휴식장소를 마련해주게 된다”¹²¹⁾ 김정은의 지시로

120) “경애하는 김정은동지께서 완공된 평양국제비행장 항공역사를 현지도하시었다.” 『로동신문』, 2016.6.25.

121) “경애하는 김정은동지께서 새로 건조한 종합봉사선 <무지개>호를 돌아보시었다.” 『로동신문』, 2015.9.28.

2015년에 진조된 ‘종합봉사선 《무지개》호’도 소개되었다. 관광객을 위한 디너 크루즈인 ‘무지개호’는¹²²⁾ 향후 관광 명소 역할을 할 것으로 보인다.

국제공항, 호텔, 유람선과 같은 편의 시설들은 관광을 발전시키는 데 유리한 조건의 하나로 설명된다.¹²³⁾ ‘문화’ 편이 평양의 현대적 모습과 매력을 담았다면, ‘역사유물과 유적’ 편은 “유구한 역사의 도시”¹²⁴⁾ 평양을 소개한다. 역사유적과 유물은 대내적으로 평양의 우월성과 정권의 정통성을 강조하고, 대외적으로는 역사와 전통을 가진 국가의 문화적 저력을 과시한다.

〈그림 Ⅲ-4〉 평양의 고구려 유물들



출처: 김광철, 『평양역사유적, 유물』 (평양: 외국문출판사, 2018), pp. 36~39.

- 122) 무지개호는 한 번에 1,230명이 연회에 참석할 수 있는 4층 3,500t 규모의 크루즈이다. 향후 대동강과 평양을 유람할 수 있는 관광명소 역할을 할 것으로 보인다.
- 123) “For the Development of Tourism,” *Foreign Trade of the DPRK*, no. 1, 2020, p. 5.
- 124) 김광철, 『평양(역사유적, 유물)』 (외국문출판사, 2018), p. 1.

대내적으로 유물이라는 실증적 자료는 평양을 역사적 장소이자 민족의 시원으로 선전할 수 있는 효과적인 수단이다. 1960년대부터 평양에서 구석기 시대 유적을 발굴하고자 했는데, 이는 평양을 인류 문화의 발상지라는 장소성을 확고히 하고자 한 움직임이었다. 특히 단군릉은 민족의 단일성, 유구성, 문명성을 과시하는 상징 역할을 한다.¹²⁵⁾

대내적으로 문화유산은 민족의 역사와 정통성을 의미하지만,¹²⁶⁾ 대외적으로는 평양의 브랜드 개성을 높인다. 북한은 핵무기와 인권 문제로 부정적인 대외 이미지를 갖고 있지만, 오랜 역사와 전통을 가진 평양은 위협적인 불량 국가의 수도가 아니라 문화유산이 풍부한 유서 깊은 도시의 정체성을 갖도록 하기 때문이다.

한편, 2020년에 발행된 대외 선전용 평양 화보집은 2018년과 비교해 첨단 이미지를 더욱 강조한다. 오려서 엽서로 사용할 수 있게 제작되었으며, 영어 없이 중국어와 조선어로 구성되어 있어 중국인 관광객을 대상으로 한 엽서책이라 할 수 있다.

2020년의 엽서책은 김정은 정권의 평양 브랜딩 결과물에 해당한다. 정치적 상징성을 지니는 건축물, 고층살림집, 과학과 교육의 전당들, 첨단 시설을 갖춘 대형 병원과 극장, 놀이와 체육 및 위락 시설, 자연 경관과 문화유산 등은 관광 코스로 손색이 없다.

125) 허선희, “평양에 대한 북한의 인식과 태도: 『민족문화유산』에 나타난 평양 소재 문화재 기사를 중심으로,” 『서울도시연구』, 제17권 4호 (2016), p. 101.

126) 단군릉이나 동명왕릉과 같은 건국시조의 유적 발굴은 평양이 민족의 시원이라는 증거로 사용되었다. 이는 1990년대 탈냉전기에 국제적 위기를 타개하고, 조선민족제일주의를 통해 체제와 민족의 정통성을 규명하는 계기가 되었다.

〈그림 III-5〉 려명거리와 미래과학자거리를 담은 엽서



출처: 외국문출판사, 『오늘의 평양』 (평양: 외국문출판사, 2020), pp. 8~9.

첨단 도시 평양은 수도의 위상과 품격을 갖춘 평양의 브랜드화이다. 이 화첩은 자연과 문화유산, 전통과 현대, 사회주의적 문화와 글로벌 문명과의 공존이 평양의 브랜드 가치를 높이는 요소로 명확하게 표현하고 있다. 이는 기존의 폐쇄적 국가, 정치적으로 통제되고 억압받는 나라의 이미지를 벗어나고자 하는 직접적인 의사 표현이라 할 수 있다.

2. 법 규정 국가상징의 재문맥화

헌법에 규정된 국호, 국기, 국장, 국가(國歌)의 재문맥화는 학교 교육과 대중교양, 문화예술 생산물을 통해 살펴볼 수 있다. 국호는 영문 표기와 관련한 대외적 호명을 중심으로, 국장은 김정은의 국무위원장 표식 사용과 관련해 살펴본다. 국기는 국제관계에서 한 국가

의 정체성을 가장 뚜렷하게 표시하는 상징으로 북한에서 가장 폭넓게 재문맥화되고 있다. 국기와 국가(國歌)는 국기 게양식을 비롯해 스포츠의 우승 세리머니, 영화와 노래, 대집단체조와 예술공연에서 재문맥화 양상을 분석한다.

가. 국호의 재문맥화

북한은 국호 ‘조선민주주의인민공화국’이 국가상징 중에서 제일 중요한 자리를 차지한다고 선언했다. 국가의 공식적 이름인 국호는 국가 형태를 반영할 뿐 아니라, 그 나라 사람들의 “지향과 념원, 역사적 전통, 계급적” 성격과 같은 사회정치적 성격이 반영되어 있기 때문이다.¹²⁷⁾

새삼스레 국호가 국가상징으로 재문맥화되는 시점은 2019년 신년사에서 ‘우리 국가제일주의’가 천명된 이후부터였다. 우리 국가제일주의 등장 이후 국가상징 각각에 대한 대내외 교양선전이 본격적으로 이루어졌고, 국호 또한 중요하게 부각되기 시작했다.

지난 2019년 10월 개설된 유튜브(YouTube) 채널 <NEW DPRK>는 국호, 국기 상징을 이용하고 있다. 해외 홍보를 목적으로 개설된 대표적 유튜브 채널의 명칭과 마크가 ‘DPRK’와 ‘국기’라는 점은 북한이 국가상징의 문자 기호와 시각적 기호를 연결해 홍보하려는 의도를 나타내고 있다. ‘DPRK’에 새롭다는 뜻의 ‘NEW’를 넣은 것은 이 채널이 과거 폐쇄된 <조선의 오늘> 등 여타 채널과 달리 새롭게 개설되었다는 것을 홍보함과 동시에 과거 김일성, 김정일 시대와는 달라진 김정은 시대의 ‘새로운 북한’의 모습을 보여주겠다는 것을 나타내고 있다.

127) “조선의 국가상징: 우리의 국호-조선민주주의인민공화국,” 『로동신문』, 2019.1.23.

북한은 국호에 공화국의 자주적이며 인민적이고 민주주의적인 성격이 분명하게 집약되어 있다고 밝히며, 교양사업을 통해 국민의 긍지와 자부심, 애국심을 내면화하도록 했다.¹²⁸⁾ “《조선민주주의인민공화국》이라는 우리 나라의 국호에는 우리 공화국의 인민적이며 민주주의적인 성격이 뚜렷이 나타나고 있습니다”라는¹²⁹⁾ 김정일의 언급은 북한의 국호가 주체의 자주적 성격, 민주적이며 인민적 성격이 뚜렷한 인민대중 중심의 사회주의 국가로서의 위용을 드러낸다는 관점을 뒷받침하고 있다. 그리고 2019년 국가창건일에 소개된 국호 제정 당시 김일성과 관련한 일화는 북한의 국호가 “자주적이고 민주주의적이며 인민적인 성격이 명백한 국호”임을¹³⁰⁾ 재차 강조했다.

북한의 영문 국호는 DPRK(Democratic People's Republic of Korea)로 표기되며, 1991년 UN 가입 당시부터 줄곧 이를 공식 영문 국호로 사용해 왔다. 국호에 대한 북한의 쟁점 가운데 하나는 영문 표기에 대한 것이다. 북한은 일제가 식민지 합병을 단행하면서 조선의 국호를 ‘COREA’에서 ‘KOREA’로 첫 글자를 바꾸어 일본의 영문 표기인 ‘JAPAN’보다 뒤에 소개되도록 왜곡 날조하여 ‘민족의 존엄과 자주권’을 훼손했다고 주장했다. 국호는 국가의 존엄과 영예를 담은 공식 호칭이다. 그런데 ‘KOREA’는 일제의 만행이 반영된 일제 잔재로 청산되어야 하며, 국가의 영문명도 변경해야 한다는 것이다.¹³¹⁾

128) “국가상징을 통한 교양사업의 중요성,” 『로동신문』, 2018.11.18.

129) “조선의 국가상징: 우리의 국호-조선민주주의인민공화국,” 『로동신문』, 2019.1.23.

130) “주체 37(1948)년 공화국창건을 위한 준비사업이 한창이던 때였다. 당시 일부 어중이떠중이들은 나라이름을 조선민주주의인민공화국이라고 하는데 대하여 국호가 너무 길다느니, 외국에서는 나라이름을 그렇게 짓지 않는다느니 하면서 인민공화국으로 하든가 아니면 인민이라는 말을 빼고 민주주의공화국으로 해야 한다고 떠벌이였다. 어버이 수령님께서서는 이런자들의 궤변을 두고 나라이름이야 우리가 주인이 되어 인민의 요구에 맞게 지으면 되지 무엇 때문에 남을 쳐다보겠는가고 하시면서 조선민주주의인민공화국이라는 국호에는 우리 공화국의 자주적성격과 참다운 민주주의적이며 인민적인 성격이 뚜렷이 반영되어있다고 강조하시였다.” “뜻깊은 국가상징들: 빛나는 국호-조선민주주의인민공화국,” 『로동신문』, 2019.9.9.

131) “조선국호의 영문표기를 날조한 일제의 죄악,” 『조선중앙통신』, 2019.4.25.

이 같은 주장은 매우 익숙한 형태로 남한에서도 일찍이 주장된 바 있다.¹³²⁾ 북한에서는 2015년에 북한의 대외 웹사이트 <내나라>에 김일성종합대학 박사의 글로 제기되어 2016년 제7차 당 대회에서 영문 국호가 바뀌는 것이 아닌지 관심을 모았다.¹³³⁾ 그리고 동일한 주장이 국가제일주의가 공식 천명된 2019년에 다시 제기된 것이다.

국호 변경은 경제적 비용이 소요되는 일이기에 북한의 주장으로 그쳤다. 그러나 ‘KOREA’ 대신 ‘COREA’를 사용하는 것은 북한이 남한과 구별되는 국제적 위상을 고려한 것으로 볼 수 있다. 남한은 국제사회에서 ‘KOREA’를 선점해 사용해왔다. 일반적으로 ‘KOREA’를 단독으로 사용할 때 연상되는 국가는 남한이다. 원산지를 표기할 때 ‘made in Korea’, 국제대회에서 남한을 지칭하는 ‘KOR’, 그 외 ‘K-Pop’의 ‘K’도 남한을 지칭한다.¹³⁴⁾ 현재 ‘KOREA’에 국제적 인지도가 우세한 것은 남한이다.

한편, 국호의 영문 표기와 관련해 일제 잔재를 청산하자는 주장과 함께 주목할 만한 것은 2015년 8월 15일부터 적용된 ‘평양표준시 제정’이었다. 남한과 30분 시차를 가졌던 평양 시간은 2018년에 한국 표준시로 복귀하면서 불과 사용된 지 3년 만에 역사 속으로 사라졌다. 비록 현재는 무효로 되었지만, 독자적인 표준 시간을 제정하고

132) “[은&오프 토론방] Korea를 Corea로 바꾸기 반대,” 『중앙일보』, 2003.8.19., <<https://www.joongang.co.kr/article/215774#home>> (검색일: 2021.9.20.); “[주장] ‘Corea’가 ‘Korea’로 바뀐 건 일본 때문?” 『오마이뉴스』, 2006.6.16., <http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0000338556> (검색일: 2021.9.20.).

133) “北, 국가 영문명 ‘Korea’를 ‘Corea’로 바꾸나,” 『통일뉴스』, 2015.9.22., <<http://www.tongilnews.com/news/articleView.html?idxno=113749>> (검색일: 2021.9.25.).

134) ISO 국가코드는 전 세계 국가와 지역을 구별하고 데이터 처리와 통신을 목적으로 개발되었다. ISO 3166-1 Numeric은 3개의 숫자로 구성된 국가코드이다. ISO 3166-1 alpha-3은 알파벳 세 글자, ISO 3166-1 alpha-2는 알파벳 두 글자로 구성된 국가코드이다. alpha-2는 인터넷 도메인에 적용되며, alpha-3은 올림픽이나 국제 스포츠경기에서 각국 명칭을 줄여 사용할 필요가 있을 때 공식적으로 사용한다. 남한(Republic of Korea)은 410, KOR(KR)을 국가코드로 사용한다. 북한(Democratic People’s Republic of Korea)은 408, PRK(KP)를 국가코드로 사용한다.

국호를 Corea로 바꾸고자 했던 북한의 주장은 남한과 구별되는 국가성을 구성하는 움직임이었다.

국제사회에서 북한이 어떻게 호명되느냐는 북한에서 중요 쟁점이다. 외국 정부나 해외 언론은 비공식 명칭인 North Korea로 북한을 지칭하곤 했기 때문이다. 미국 바이든 행정부가 북한 관련 국무부 직책을 표현하면서 북한을 DPRK라는 공식 명칭으로 지칭한 이후,¹³⁵⁾ 북한이 국호에 대한 기사를 로동신문에 실었다.¹³⁶⁾ 이를 두고 일부 언론은 미국에 대한 북한의 ‘화답’이라 해석했다.¹³⁷⁾ 그러나 역사적으로 북한은 국호 문제를 국가의 정통성과 연관해 민감하게 반응해 왔기 때문에 미국이 국가로서 북한을 존중한다는 의미에서 공식 국호를 사용한 것으로 보는 것이 타당하다.¹³⁸⁾

바이든 언급 직후에 실린 국호 관련 기사는 세계기억력선수권대회 우승자가 자신의 이름이 아니라 국호로 사인을 하고, 자신의 이름을 딴 기술이 있는 체조선수 리세광이 올림픽에 출전해 자신의 이름보다 국호가 새겨진 선수복을 자랑한다는 일화를 통해 국호의 중요함을 강조하는 내용으로 구성되어 있다.¹³⁹⁾ 국제적으로 경쟁하는 이벤트를 통해 국격을 높이고, 약어로 표기되는 공식 국가명을 널리 알려 북한의 위상을 높이고자 함을 보여준다.

135) 미국 정부는 성 김 미 국무부 동아태차관보 대행을 대북특별대표로 임명하면서 직책을 ‘Special Envoy for the DPRK’로 표기했다. 이는 과거 트럼프행정부에서 같은 직책에 대해 북한을 North Korea라고 표기한 것과는 구별된다.

136) “공화국공민의 높은 영예와 긍지,” 『로동신문』, 2021.5.30.

137) “북, “우리 국호, 인민의 영원한 긍지”…미 DPRK표현 화답,” 『뉴시스』, 2021.5.30., <https://newsis.com/view/?id=NISX20210530_0001457871&cID=10301&pID=10300> (검색일: 2021.8.24.).

138) “바이든이 “DPRK” 부른 뒤…北 “국호는 인민 긍지” 갑자기 왜,” 『중앙일보』, 2021.5.30., <<https://www.joongang.co.kr/article/24069908#home>> (검색일: 2021.9.25.).

139) “공화국공민의 높은 영예와 긍지,” 『로동신문』, 2021.5.30.

최근에 강조되는 국호는 국가상징이자 국가의 존립을 증명한다. 대북제재와 감염병 국경 봉쇄로 생존이 위협받고 있지만, 학교에서 국호를 학습하며¹⁴⁰⁾ 국가를 구성하는 요소들을 내부적으로 강화하고 있다. 세계에서 국호로 호명되는 것은 북한이 합법적인 정부임을 나타낸다. 북한이 새삼 국호를 국가상징으로 재문맥화하는 것은 정상국가에 대한 지향, 국제사회에서 북한 정부의 합법성, 국가 부호가 내포하는 국가경쟁력 향상을 함의한다.

나. 국기의 재문맥화

문화예술로 집중적으로 형상화된 법 규정 국가상징은 국기이다. 북한의 대중매체는 국가에 대한 소속감과 자긍심 고취를 위해 법정 국가상징의 일화, 기원, 의미 등을 꾸준히 게재해 왔다. 특히 국기는 적과의 투쟁이나 국제경기에서 승리했을 때, 국제교류를 할 때, 언제 어디서든 자국을 알리는 국체(國體)를 의미한다.

국가행사 때와 예술공연 관람시 장중하게 울리는 애국가의 선율에 사람들이 일어서서 숭엄한 마음으로 경의를 표시하는 것도, 국제경기들에서 우승한 우리 체육인들이 높이 솟구치는 공화국기를 보며 기쁨의 눈물을 흘리는 것도 바로 조국을 열렬히 사랑하고 존엄있게 대하는 고상한 감정의 표현이다.¹⁴¹⁾

위의 기사에서 국기는 국가 간의 전쟁, 국가행사와 예술공연, 국제경기 등에서 애국심과 경의를 표현할 수 있는 국가상징의 시각적 재현이다. 특히 김정은은 2013년 ‘사회주의문명국’ 담론을 통해 스

140) 강혜석, “김정은 시대 통치담론 변화와 ‘국가’의 부상: <김정일애국주의>와 <우리국가 제일주의>를 중심으로,” 『국제정치논총』, 제59집 3호 (2019), p. 326.

141) 리강호, “국가상징을 통한 교양사업의 중요성,” 『로동신문』, 2018.11.18.

포츠를 교육, 보건, 문학예술, 도덕과 함께 선진적 문명강국의 핵심 요소로 강조하면서 ‘국가의 부상’에 역점을 두어왔다. 예를 들어 최고의 스포츠 무대라고 할 수 있는 올림픽에서의 우승 메달은 “조국의 힘과 기상—람홍색공화국기—애국가—민족적 긍지와 자부심”이라는¹⁴²⁾ 직관적 논리의 흐름으로 서술되고 있다.

〈표 III-1〉 김정은 집권 이후 로동신문의 ‘국기’ 기사 빈도수

년도	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	합계
건수	4	6	5	11	5	1	3	36	71

출처: 저자 정리

〈표 III-2〉 시기별 로동신문의 ‘국기’ 기사 빈도수

시기	1950~1989	1990~1999	2000~2011	2012~2019
건수	27	22	45	71

출처: 저자 정리

국가상징으로 국기를 강조하는 맥락은 로동신문에 수록된 ‘국기’ 관련 기사의 빈도로 살펴볼 수 있다. 기사 제목에 ‘국기’가 포함된 결과는 이전 정권과 단순히 비교해 볼 때 괄목할 변화가 관찰된다.

김정은 집권 이후 8년간 ‘국기’ 관련 기사가 71건이라면, 1950년부터 2011년까지 ‘국기’ 관련 기사는 94건에 불과하다. 국기에 대한 강조는 2019년에 대폭 늘었다. 이는 2018년 말에 국가상징에 대한 상식을 넓혀주는 것이 민족의 긍지와 자부심과 애국심을 고취하는 중요한 사업이라고 강조한 것이 반영된 결과였다.¹⁴³⁾

142) 리중무, “우리나라를 체육강국의 지위에 올려세우는 것은 우리 당의 확고한 결심.” 『근로자』, 제2권 (2013), pp. 47~48; 강혜석, “김정은 시대 통치담론 변화와 ‘국기’의 부상: 〈김정일애국주의〉와 〈우리국가제일주의〉를 중심으로.” pp. 327~328.

143) “국가상징을 통한 교양사업의 중요성.” 『로동신문』, 2018.11.18.

한편, 2016년에 상영된 예술영화 <우리 집 이야기>는 2018년에 국기와 관련해 재평가되었다.¹⁴⁴⁾ <우리 집 이야기>는 ‘처녀어머니’ 정아를 중심으로 당원들, 마을 사람들이 고아가 된 아이들을 돌보는 스토리를 통해 당(국가)은 자라는 아이들을 지켜주고 품어주는 ‘우리 집’이라는 것을 제시했다. 이때 ‘우리 집’은 사회주의 제도 안에 사는 ‘인민의 집’이자 ‘김정은 원수님’의 품을 의미한다.¹⁴⁵⁾

<그림 Ⅲ-6> 예술영화 <우리 집 이야기>의 국기 게양



출처: 조선영화촬영소, <우리 집 이야기> (평양: 목란비디오, 2017).

새삼스러울 것 없는 주제인 <우리 집 이야기>가 김정은 체제를 반영하는 것은 하나의 울타리 안에 있는 집을 상징하는 ‘국기’ 때문이다. 영화에서 보여주고자 한 ‘우리 집’은 사회주의 제도이다. 휘날리는 국기 아래 한집에 사는 사람들 모두가 가족이라는 것이다.¹⁴⁶⁾ 고아가 된 아이들을 돌보는 데 최선을 다해도 리정아는 아이들의 마음을 얻지 못한다. 그러다 공화국창건일에 아이들과 국기를 게양하면서 자부심과 소속감으로 연대하게 된다. 리정아와 아이들이 만

144) 이지순, “‘우리국가제일주의’의 문화예술적 표상과 시사점,” p. 18.

145) 손태광, “영화의 감화력은 진실성에 있다,” 『조선예술』, 2017년 1호, p. 29.

146) 전영선, 『어서와 북한영화는 처음이지』 (서울: 늘품플러스, 2019), p. 230.

든 공동체는 ‘사회주의 대가정’의 가족주의와 유사하다. 하지만 차이가 있다. 이 차이를 드러내는 것이 바로 국기이다.

영화에서는 중요 장면마다 ‘국기’ 이미지를 통해 주제를 드러내고 있다. 국기를 계양하며 등장인물들이 눈물을 흘리고, 흑백으로 묘사된 회고 장면에서도 국기만 컬러로 강조되었고, 마지막 장면은 함께 국기를 그리며 끝맺는다.

또한, 국기는 애국가와 함께 펄럭일 때 상징적 의미가 더 배가된다. 2019년 1월 1일 로동신문에 수록된 <우리의 국기> 악보는 국기가 우리 국가제일주의를 반영하는 국가상징으로 전면화됨을 의미했다.

<우리의 국기> 악보를 널리 보급하라는 김정은의 친필이 들어간 이후, 단위마다 직관판에 악보를 게시하여 북한 주민들이 따라 부르도록 했다.¹⁴⁷⁾ <우리의 국기> 노래보급사업은 로동신문에 연일 보도되었다. 1월 4일에는 평양제사공장, 5일에는 조선4.26만화영화촬영소, 6일에는 평양교원대학 등지에서 <우리의 국기>를 배우는 모습이 사진으로 소개되었다.¹⁴⁸⁾ 같은 해 5월 18일 조선중앙TV는 소학교의 ‘국기 그리기’ 프로그램을 편성해 <우리의 국기> 노래를 학생들이 부르는 모습을 방송하기도 했다.¹⁴⁹⁾

<우리의 국기>는 “우리 국가제일주의를 가장 생활적이고도 진실한 형상으로 천만심장에 새겨주는 국보적인 작품”으로¹⁵⁰⁾ 평가되면

147) “조선인민의 새 애창곡 <우리의 국기>,” 『조선중앙통신』, 2019.1.12.

148) “전인민적 사상감정을 담은 시대의 기념비적명곡 온 나라에 메아리친다-새로나온 노래 <우리의 국기>에 대한 각계의 반향,” 『로동신문』, 2019.1.4.; “애국의 한마음으로 피끓이며 새해진군길을 힘있게 다그쳐나갈 맹세-시대의 명곡 <우리의 국기>에 담겨진 심오한 뜻을 심장에 새기며,” 『로동신문』, 2019.1.5.; “공화국기와 더불어 조국의 존엄, 인민의 영광 영원하리-새해의 진군길에 올려퍼지는 노래 <우리의 국기>를 들으며,” 『로동신문』, 2019.1.6.

149) “국가제일주의 부상...애국심 강조,” 『KBS NEWS』, 2019.5.25., <<https://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=4208531&ref=A>> (검색일 2021.10.22.).

150) “주체조선의 공민된 긍지와 자부심을 노래한 기념비적명곡,” 『로동신문』, 2019.1.6.

서 <애국가>와 같은 위상으로 선전되었다. “우리의 것을 귀중히 여기고 빛내여 나가는 여기에 조선민족제일주의가 있으며 내나라, 내 조국의 존엄을 떨치고 부강번영을 앞당기는 참다운 애국이 있습니다”라는¹⁵¹⁾ 김정은의 언급은 국기가 곧 국가이자 민족이고, 애국의 징표로 강조되고 있음이다.

<그림 Ⅲ-7> <우리의 국기> 악보

출처: “우리의 국기,” 『로동신문』, 2019.1.1., 3면.

2019년 1월 1일 로동신문에 김정은의 친필이 들어간 <우리의 국기> 악보가 게재된 이후, 5월 말에는 이 노래를 주제로 한 우표가 발행되었다. 푸른 하늘을 배경으로 악보를 두고, 펄럭이는 국기를 상단에 둔 다음 국수와 국화를 배치했다. 국기와 함께 국가의 상징물을 홍보하려는 북한의 의도가 분명히 반영된 우표라 할 수 있다.

151) “우리의 람홍색공화국기와 애국가,” 『로동신문』, 2019.1.24., 5면.

〈표 III-3〉 대집단체조와 예술공연의 국기 표상

공연명	공연 개막식
2018년 〈빛나는 조국〉	
2019년 〈인민의 나라〉	
2019년 〈불패의 사회주의〉	
2020년 〈위대한 향도〉	

출처: supersuhui 채널 “빛나는 조국,” <<https://www.youtube.com/watch?v=aKQGb3c96P8>> (검색일: 2021.6.22); 외국문출판사 『대집단체조와 예술공연 인민의 나라』 (평양: 외국문출판사, 2019), p. 3; KnaccTV 채널 “불패의 사회주의,” <https://www.youtube.com/watch?v=w_7GjYRL5go>; supersuhui 채널 “위대한 향도,” <<https://www.youtube.com/watch?v=OmrRuzPxzXQ>> (검색일: 2021.6.22).

한편, 국기 게양식 의례는 국가에 대한 경의를 반영한다. 국가의 존립을 시각적으로 현시하는 국기 의례는 문화예술공연을 시작으로 국가기념일의 공식 의례로 자리 잡았다.

대집단체조와 예술공연 〈아리랑〉은 북한의 공연예술 대표 브랜드로 널리 알려져 있다.¹⁵²⁾ 김정은이 집권했던 2013년에도 〈아리랑〉은 공연되었다. 이후 5년간 중단되었던 대집단체조와 예술공연은 2018년에 ‘공화국창건 70주년’을 기념하며 〈빛나는 조국〉을 무대에 올렸다.

대집단체조와 예술공연은 〈빛나는 조국〉(2018) 이후 〈인민의 나라〉(2019), 〈불패의 사회주의〉(2019) 등으로 연이어 공연되었다. 이들 공연의 특징은 민요 아리랑으로 개막했던 〈아리랑〉과 달리 국기 게양식으로 개막한다는 점에 있다. 시진핑 주석의 북한 방문을 기념하는 이벤트성 공연이었던 〈불패의 사회주의〉는 북한과 중국의 국기가 등장하는 차이가 있지만, 국기 게양식으로 개막한다는 점에서는 동일하다.

최근에 주목할 만한 이벤트는 2021년 1월 1일 신년 행사였다. 김일성광장에서 해가 바뀌는 0시, 제야의 종소리와 함께 진행된 국기 게양식은 “목숨처럼 소중한 국기를 우러러 뜨거운 경례를 표시”하는¹⁵³⁾ 군중의 모습과 함께 국내외에 보도되었다. 이 장면은 롤랑 바르트가 언급한 파리 마치의 흑인 병사의 국기에 대한 경례에 버금가는 것으로,¹⁵⁴⁾ ‘우리 국가제일주의’ 신화를 나타내는 상징적 사진이

152) 10만 명이 출연하는 초대형 공연인 대집단체조와 예술공연은 2002년부터 시작된 〈아리랑〉으로 널리 알려져 있다. 대집단체조와 예술공연은 북한의 주요 명절이나 기념일을 기하여 제목을 달리해 공연되었다. 2000년의 공연 〈백전백승의 조선로동당〉을 비롯하여 대집단체조와 예술공연의 제목은 당, 사회주의와 관련한 제목이 주를 이루었다. 2002년에 김일성 탄생 90주년을 기념하여 ‘아리랑 민족의 고난과 수난의 역사와 강성부흥할 미래’를 주제로 〈아리랑〉을 공연했다. 이후 10년 넘게 같은 제목으로 공연하면서, 〈아리랑〉은 대집단체조와 예술공연을 대표하는 이름이 되었다.

153) “주체 110(2021)년 새해를 맞으며 국기게양식 진행,” 『로동신문』, 2021.1.1.

154) 롤랑 바르트는 이에 대해 〈파리 마치〉의 표지사진을 예로 들고 있다. 프랑스 군복을 입은 한 젊은 흑인 병사가 프랑스 국기에 거수 경례를 하는 사진의 디노테이션은 ‘한 청년 흑인 병사가 프랑스 국기에 대해 거수 경례를 한다’이며, 코노테이션은 위대한 프랑스제국의 국민들은 식민지의 구분 없이 모두 다 국가에 충성을 다한다는 것이다. 이를 바탕으로 한 3차적 신화작용은 식민지의 국민들도 충성을 맹세하는 만큼, 식민주의에 대한 반대나 비난은 적절치 않다는 의미작용을 형성하게 된다. 롤랑 바르트, 이화여자대학교 기호학연구소 역, 『현대의 신화』 (서울: 동문선, 1997), pp. 273~275.

라 볼 수 있다. 가슴에 배지로 만들어 항상 지니며 집안의 가장 높은 곳에 모시는 수령형상만큼이나 국기가 중요한 위치를 갖기 시작했다는 것을 이 한 장의 국기 게양식 사진이 보여주는 것이다.

엄숙한 국가의례뿐만 아니라, 음악과 공연예술에서의 국기 게양식은 북한의 국가주의 확립에 대한 의지를 보여준다. 국기를 우러러보는 국민은 국기에서 나라를 느낀다. 특히 올림픽과 같은 메가 이벤트는 약소국가가 나라의 이름을 세계에 알리는 기회가 되며, 국민을 애국심으로 결집하도록 이끈다.

한편, 최근에는 국기가 통속적 디자인으로 활용되며 재문맥화되고 있다. 2021년 8월 자강도에서 진행된 ‘인민소비품 품평회’에는 북한 국기가 도안된 여러 의상이 선보였다.¹⁵⁵⁾

〈그림 III-8〉 2021년 8월 인민소비품 품평회에 등장한 국기 의상



출처: “인민소비품품평회 진행-자강도에서,” 『로동신문』, 2021.8.7. (사진=뉴스1)

또한, 국기 디자인은 북한의 각급 단체의 유니폼에도 이용되고 있는 것으로 나타났다. 북한 국기가 도안된 티셔츠를 입고 단체로 행사에 참여한 조선사회주의여성동맹(여맹)의 모습도 이채롭다.¹⁵⁶⁾ 이처럼 국기의 통속화는 일상생활에서 국기를 접하면서 국가와 자신을 일체로 여기게 하는 당국의 정책이라 할 수 있다.

155) “인민소비품품평회 진행-자강도에서,” 『로동신문』, 2021.8.7.

156) “선동을 해도 격동적으로,” 『로동신문』, 2021.8.16.

지금까지 살펴본 바에 의하면 국가상징 가운데 국기를 전면에 재문맥화한 목적은 다음의 세 가지로 정리할 수 있다. 첫째, 국기는 대내외적으로 국가 정체성을 상징하며, 둘째, 대내적으로 국기를 통해 애국심을 발양하며, 셋째, 대외적으로 합법적인 독립 국가의 공식성을 알리는 상징이라는 점에 있다. 이는 “람홍색공화국기는 곧 우리 조국이고 경애하는 원수님을 모시여 무궁 번영할 우리의 눈부신 미래”라는¹⁵⁷⁾ 언급에서 보듯 김정은 정권은 공고히 유지하는 기제로 작동한다.

다. 국장의 재문맥화

사회주의 국가에서 국장은 국기만큼이나 많이 노출되는 상징이다. 예컨대 ‘단동-평양’으로 행선지와 출발지를 표시한 국제열차에는 북한의 국장이 부착되어 있다. 이 국장 마크는 북한의 기차임을 표시한다. 사회주의권에서 국장은 국기만큼이나 중요한 국가 표식이다. 그러나 소련의 해체 이후 중요도는 현저히 떨어졌다.

북한에서 국장은 국기와 함께 대표적인 시각적 국가상징이지만, 언론이 국장을 언급하는 빈도수는 적다. 2019년 국가제일주의가 공식화된 이후 국가상징 기사가 대폭 늘어났지만, 국장에 대한 단독 기사는 몇 편 되지 않는다.¹⁵⁸⁾

국장과 국기의 위상은 선전화를 통해 살펴볼 수 있다. 2014년과 2019년의 선전화는 최고인민회의의 대의원 선거 참여를 독려하는 내용을 담고 있다. 이 두 편의 선전화는 3~4명으로 대표되는 인민 대표들 위치와 후면의 고층살림집 이미지, 텍스트 위치 등에 있어서

157) “열화같은 조국애, 숭고한 인생관,” 『로동신문』, 2020.5.14.

158) 2019년 국장에 대한 단독 기사는 다음과 같다. “조선의 국가상징-밝고 아름다우면서도 뜻이 깊은 국장,” 『로동신문』, 2019.1.26.; “국장에 비긴 휘황한 전망,” 『로동신문』, 2019.9.7.; “조선의 국가상징: 존엄높은 우리 공화국국장,” 『천리마』, 2019년 8호, p. 20.

좌우 차이 정도만 다를 뿐 구성이 거의 비슷하다. 그러나 국가를 상징하는 것으로 각각 국장과 국기를 택한 점에서 차이를 보인다.

〈그림 Ⅲ-9〉 최고인민회의의 대의원 선거 2014년 선전화(좌)와 2019년 선전화(우)



출처: “2014년 최고인민회의의 대의원 선거,” 『로동신문』, 2014.2.15., 4면; “2019년 최고인민회의의 대의원 선거,” 『로동신문』, 2021.2.22., 4면. (사진=연합뉴스)

이 두 선전화에서 시각적으로 확실하게 차이 나는 요소는 국가상징으로서 국장과 국기 둘 중 어떤 것을 사용했느냐 하는 문제이다. 왼쪽의 2014년 선전화에서 국장은 북한의 국가상징으로서 나타나고 있지만, 오른쪽의 2019년 선전화에서는 국기가 그 자리를 대신하고 있다. 단순한 비교지만, 국기는 김정은 시대의 명실상부한 국가상징으로 가장 중심적이고 우선되는 상징물로 자리매김했음을 알 수 있다.

북한에서 국장은 국가의 사명을 체현하는 공식적 표장으로, 국가의 자주권에 대한 공식적 표현으로 정의된다.¹⁵⁹⁾ 국장은 직관성이

159) “국장,” <조선대백과사전 DVD> (평양: 삼일포정보센터, 2001~2005).

강한 그림 형상으로 해당 나라의 존엄과 자주권, 민족적 지향과 염원, 그 나라의 발전 방향과 전망을 보여주는 표상이다. 북한 국장의 백두산은 “우리민족의 존엄과 기상, 낮이 어린 조종의 산이며 조선혁명의 력사적 뿌리가 내린 혁명의 성산”으로 설명된다. 붉은 띠와 그 위에 새겨진 국호는 “공화국의 불패의 위력”을, 수력발전소와 벼이삭은 “자주적이고 부강번영하는 공화국의 찬란한 미래”를 상징하는 것으로 강조되고 있다.¹⁶⁰⁾

〈그림 III-10〉 제6차 4월의 봄 인민예술축전공연 무대



출처: “제6차 4월의 봄 인민예술축전공연.” 『로동신문』, 2019.4.13.

국장은 김정은 집권 초기에는 과거와 마찬가지로 국가적 상징으로 중요하게 사용되었으나 우리 국가제일주의로 선회한 이후에는 국기가 확고부동한 제1의 시각적 국가상징으로 자리 잡았다. 대신 국장은 국체를 현시하는 국기를 보조하는 것으로 관측된다. 2019년 제6차 4월의 봄 인민예술축전 공연무대를 보면, 국장은 중심부에서 커다랗게 펼쳐이는 국기 좌우에 마치 국기를 호위하는 듯한 모습으로 배치되어 있음을 확인할 수 있다.

160) “조선의 국가상징-밝고 아름다우면서도 뜻이 깊은 국장.” 『로동신문』, 2019.1.26.

〈그림 Ⅲ-11〉 국장(좌)과 국무위원장표식(우)



출처: 위키백과 “조선민주주의인민공화국 국장” <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/3/3c/Emblem_of_North_Korea.svg/250px-Emblem_of_North_Korea.svg.png> (검색일: 2021.9.25.); “국무위원장표식,” 『로동신문』, 2019.4.12.

한편, 국장은 2019년부터 김정은의 국무위원장 표식으로 사용되기 시작했다. 북한은 2019년 4월 최고인민회의에서 국무위원장에 김정은을 추대한 이후, 국장 도안에 ‘국무위원장’ 글자를 덧붙여 김정은의 표식으로 변형한 도안을 소개했다.¹⁶¹⁾ 국무위원장 표식은 국장의 타원형 하단부에 목란꽃 무늬장식과 ‘국무위원장’ 문자를 넣고, 타원형 외관을 감싸는 별 모양과 깃발 장식 등을 덧붙였다. 이 같은 표식은 김정은의 상징적 위치를 국가와 동일시하는 표상이라 할 수 있다.

국장은 국가가 명실상부한 국가상징의 시각적 기호로 확고히 자리매김함에 따라 과거와 달리 국기의 보조적 위치에 머무르는 한편, 2019년 이후에는 김정은의 국무위원장 표식으로 재문맥화되어 사용되고 있음을 확인할 수 있다.

161) “경애하는 최고령도자 김정은동지를 조선민주주의인민공화국 국무위원회 위원장으로 높이 추대,” 『로동신문』, 2019.4.12.

라. 국가(國歌)의 재문맥화

국가(國歌)는 국기와 함께 국가의례의 중요 요소를 담당한다. “두 국가상징처럼 훌륭하고 완벽하게 어울리는 배합은 찾아보기 힘들다”고¹⁶²⁾ 할 정도로 국기와 국가(國歌)는 함께 어울려 등장할 때가 많다. 2021년 1월 1일 정각 0시를 기해 김일성광장에서 “로동자, 농민, 지식인들을 대표하여 수도의 모범적인 근로자들이 장중한 애국가에 맞추어 공화국기를 게양”하였음이¹⁶³⁾ 보도된 바 있다.

국가가 ‘조국에 대한 민족적 긍지와 자부심’을 느끼게 해주는 시각적 국가상징이라면, 국기가 게양될 때 함께 울리는 국가(國歌)는 구성원의 긍지와 자부심을 청각적으로 감각하는 국가상징이다. “공화국공민으로서 제일 가슴 뿌듯해지는 순간은 아마도 장엄한 애국가의 선율이 울려 퍼지는 속에 우리의 람홍색공화국기가 승엄히 게양되는 그때”로¹⁶⁴⁾ 느끼듯, 국가(國歌)와 국기로 대표되는 국가상징은 국민의 결속과 연대, 애국을 위한 강조점이다.

북한에서 <애국가>만큼이나 많이 불리는 노래는 <김일성장군의 노래>, <김정일장군의 노래>, <동지애의 노래> 등이다. 이들 노래는 TV 방송에서 가장 먼저 연주되고, 가장 많이 부르는 노래였다. 그러나 이런 노래들은 수령을 상징하는 노래이지, 국가상징은 아니다.¹⁶⁵⁾

애국을 강조한 노래는 국가상징으로 국가(國歌)를 강조하기 이전에 여러 노래가 있었다. 김정은 시대 이전 북한의 문화적 형상의 중심은 ‘민족’이었고, 이를 대표하는 브랜드는 대집단체조와 예술공연

162) “우리의 람홍색공화국기와 애국가,” 『로동신문』, 2019.1.24.

163) “주체110(2021)년 새해를 맞으며 국기게양식 진행,” 『로동신문』, 2021.1.1.

164) “사랑하리라 우리의 국기를,” 『로동신문』, 2021.3.21.

165) “명곡들 중에는 수령을 칭송하는 노래가 헤아릴 수 없이 많은데 그 중에서 제일 유명하고 조선인민 모두가 부르는 노래는 <김일성장군의 노래>와 <김정일장군의 노래>이다. 조선의 텔레비전방송이 매일 방송을 시작하면서 제일 먼저 내보내는 것이 바로 이 노래들이며 중요행사들도 이 노래들의 주악으로 시작된다.” 『조선의 음악정치,』 『로동신문』, 2009.7.8.

〈아리랑〉이었다. “선군시대 조국찬가”로¹⁶⁶⁾ 호명된 〈내 나라의 푸른 하늘〉은¹⁶⁷⁾ 참다운 조국애, 애국주의와 조국수호의 신념과 의지가 반영되었다고 평가받으며 선군시대 걸작이 되었다. 북한 가요에 ‘나라’와 ‘국가(國家)’가 본격적으로 등장하기 시작한 것은 2009년 이후부터였다.

2009년 1월 4일 로동신문 1면에 가요 〈내 나라의 푸른 하늘〉 악보가 다시 게재되었고, 동일자 4면에는 가요 〈폭풍쳐 달리자 강성대국 향하여〉 악보가 수록되었다. 이어 2009년 3월 12일 로동신문 3면에 가요 〈나래치라 선군조선 천리마여〉 악보가 실렸다. 이례적으로 짧은 시간에 발표된 신곡들은 ‘내 나라’, ‘강성대국’, ‘선군조선’처럼 국가(國家)를 주제로 했다.

김정은이 창립에 관여했다고 알려진 은하수관현악단은 2009년 9월 만수대예술단, 삼지연악단과의 합동공연에서 개막곡으로 〈애국가〉를 연주했다.¹⁶⁸⁾ 국가(國家)를 강조하는 레퍼토리와 함께 〈애국가〉는 김정은 시대에 더욱 강화되었다. 그리고 1947년에 〈애국가〉와 함께 창작되었던 〈빛나는 조국〉은 2014년 9월 신작음악회에서 모란봉악

166) 박명선, “선군령도의 길에서: 내 나라의 푸른 하늘과 더불어 영원할 조국찬가에 깃든 이야기,” 『조선예술』, 2006년 6호, pp. 4~5.

167) 1980년대 창작되어 발표된 〈내 나라의 푸른 하늘〉 악보가 『로동신문』 2004년 11월 28일에 1면에 게시되면서 애국의 노래로 불렸다. 이 노래를 종자로 하여 2005년에는 예술공연으로 창작되었고, 2006년 《김일성상》 계관작품으로 재창작되었다.

168) 은하수관현악단이 중앙무대에 처음 등장한 2009년 10월의 〈조선로동당창건 64돐에 즈음하여 진행된 은하수관현악단, 만수대예술단, 삼지연악단의 합동경축공연 〈10월 음악회〉에서 〈애국가〉 연주가 처음 울려 퍼졌다. 그리고 연주회의 마지막 부분에 〈돌파하라 최침단을〉, 〈더 높이 더 빨리〉, 〈전선에서 만나자〉를 연곡으로 편성하였다. 당시에는 예측하지 못했던 김정은 시대의 행보를 이 연주회에서 짐작할 수 있다. 새로운 국가주의를 강조하고, 세계에 건줄 실력을 키우겠다는 의지 표명이라고 볼 수 있다. 또한, 김정은 시대에 창단된 모란봉악단의 시범공연에서는 〈아리랑〉이 시작 음악이었으나 바로 다음에 있었던 2012년 7월의 〈전승절경축 모란봉악단공연〉부터는 지속적으로 〈애국가〉를 시작음악으로 사용하였다. 이는 점차 모든 악단으로 확대되어 2021년 2월 만수대예술극장에서 진행된 〈경애하는 김정은동지를 모시고 진행한 광명성절기념공연(2021.2.16.)〉에서도 동일한 형식을 확인할 수 있다. 배인교, “국가(國歌) 상징의 뉴미디어 활용 양상,” (통일연구원 자료회의의 자료, 2012.4.21.).

단이 연주하며 애국가의 위치로 올라왔다.

국가(國歌)가 의례음악이 된 배경에는 ‘새 세기의 요구에 맞게 우리 식의 예식규정’을 만들라는 김정은의 지시와 관련되어 있다. 김정은이 2012년 인민군지휘성원들과 함께 한 자리에서 국기 게양식은 〈애국가〉를, 당기 게양식은 〈높이 날려라 우리의 당기〉를, 최고사령관기 게양식은 〈김정일동지는 우리의 최고사령관〉을 주악할 것을 지시했다는 것이다. 더불어 국기 게양식 때는 ‘공화국을 상징하는 노래’인 〈애국가〉 또는 〈빛나는 조국〉을 의례음악으로 사용할 것을 일렀다.¹⁶⁹⁾

김정은 시대에 새롭게 창작되어 국가(國歌)의 지위에 오른 것은 2013년에 공화국창건 65주년 기념으로 창작된 〈조국찬가〉이다. 그리고 우리 국가제일주의와 관련한 노래의 정점은 2019년 벽두에 발표된 가요 〈우리의 국기〉이다. “노래가 대단히 좋다. 전체 인민의 감정이 담긴 훌륭한 노래를 창작한데 대하여 높이 평가하며, 만족하게 생각한다”며¹⁷⁰⁾ 널리 보급할 것을 지시한 김정은의 친필은 이 노래가 〈애국가〉에 준하는 국가(國歌)가 되리라는 것을 예고했다.

이후 북한은 텔레비전 방송 시작과 함께 가장 먼저 〈우리의 국기〉 영상물을 내보내고 있다. 〈우리의 국기〉는 국기 게양식을 비롯해 국가행사에서 〈애국가〉만큼이나 많이 연주되는 노래가 되었다. 최근에는 북중 수교 70주년 기념사업의 하나로 펼쳐진 북경 국가대극원에서의 방중 공연, 김정은이 참여한 71주년 건군절 기념행사 등 국제 행사 또는 국가급 행사에서 〈애국가〉 대신 연주되었다.¹⁷¹⁾ 그리고 중국 시진핑 주석이 참석한 대집단체조와 예술공연 〈불패의 사회주의〉 공연에서 북한 국기를 배경으로 연주되면서, 이후 〈우리의 국기〉는 국기의 등장을 알리는 등장곡으로 정착했다.

169) 김영훈, “몸소 제정해주신 행사때의 레식곡,” 『조선예술』, 2018년 12호, p. 54.

170) “우리의 조국,” 『로동신문』, 2019.1.1.

171) 강혜석, “북한의 국가 브랜드 전략과 전망,” (통일연구원 자문회의 자료, 2021.5.11.).

2019년 4월 12일 동평양대극장에서 진행된 <최고인민회의의 대의원들을 위한 예술공연 《우리의 국기》>공연에서 <우리의 국기>는 서곡과 종곡으로 사용되었다. 공연 다음 날 개최된 최고인민회의에서 김정은은 국가수반으로 시정 연설을 발표했다. 정상국가를 과시하는 시정 연설에 앞선 공연 주제와 레퍼토리는 국가상징을 결합하고 있어 우리 국가제일주의를 내포한 것으로 볼 수 있다.

현재 <애국가>는 국가의례뿐만 아니라 김정은 시대에 창설된 모란봉악단, 청봉악단, 삼지연관현악단, 국무위원회연주단 공연에서도 개막곡으로 연주되는 것이 관례로 자리 잡았다.¹⁷²⁾ 주체시대 이후 국가의례나 행사에서 개·폐막곡으로 김일성·김정일 찬가를 사용했던 이전과 비교되는 지점이라 할 수 있다.

국가상징인 국가(國歌)의 재문맥화는 정권의 합법성과 정통성, 국가(國家)의 정상성을 함의하고 있다. <김일성 찬가>나 <김정일 찬가> 대신 <애국가>를 국가의례 중심에 배치함으로써 국가상징을 복원하고, 애국을 통한 국민적 결속을 다지는 의도라 할 수 있다.¹⁷³⁾

3. 확장된 국가상징의 재문맥화

북한의 국가상징은 법으로 규정한 것과 문화적인 차원에서 국가상징으로 규정한 것이 있다. 법으로 규정한 국가상징은 대외적으로 북한을 대표하는 체제와 관련한 상징으로 법적인 구속력이 있어서 다양한 변용이 쉽지 않다. 반면 문화적 상징에 기원한 국가상징은 다양하게 활용되고 있다.

172) 배인교, “보고서 심층 구성을 위한 전문가 좌담회,” (통일연구원 전문가좌담회 자료, 2021. 8. 13.).

173) 이지순, “‘우리국가제일주의’의 문화예술적 표상과 시사점,” p. 15.

확장된 국가상징의 재문맥화는 교육을 통해 대중화된다. 국가상징에 대한 교육 사업은 전방위적으로 이루어지고 있다. 학교 교육에서도 국가상징을 적극 활용한다. 특히 미술교육에서 국가상징과 최고지도자에 대한 교육이 강화되었다.¹⁷⁴⁾ 김정은 체제는 국가상징에 대한 대중교양도 강화했다.

본 절에서는 확장된 국가상징이 김정은 시대에 이르러 어떤 방향으로 재문맥화되고 있는지 맥락적 의미와 양상을 분석하고자 한다.

가. 국가상징 재문맥화의 방향과 전략

북한의 국가상징은 헌법이나 기타 법으로 규정한 국가상징과 문화적인 맥락에서 북한을 대표하는 상징으로 구분된다. 국가상징의 재문맥화는 국가상징물의 성격과 특성에 따라 이루어진다.

첫째, 최고지도자의 정치적 리더십을 강조하는 것이다. 국가상징은 국가에 대한 자긍심을 고취하고 대내적인 결속을 위한 차원에서 활용된다. 북한의 국가상징은 역사·문화적인 특성과 최고지도자와의 관련성을 토대로 규정되었다. 국가상징에 부여하는 의미 역시 최고지도자와의 관련이 빠지지 않는다.

예컨대 국수 소나무는 자연을 가꾸고 나무를 심어야 한다는 것을 설명하기 위해 주로 활용된다. 김일성, 김정일, 김정은으로 이어지는 산림녹화 사업에서 소나무와 관련된 일화는 수림화, 원림화를 설득하는 매개이다. 모란봉 숲 이야기는 소나무에 대한 김일성의 사랑을 보여주는 일화로 꼽힌다.¹⁷⁵⁾ 소나무 숲과 어울려 절경을 이룬 명

174) “초보적인 미적인식과 미적정서를 안겨주는 유치원, 소학교, 초급중학교, 고급중학교단계의 미술교육에서는 무엇보다 먼저 김일성화와 김정일화, 우리나라의 국기와 국장, 국수, 국건, 국조, 국화를 비롯하여 절세의 위인들을 칭송하고 나라를 상징하는 대상들을 그림으로 아름답게 그려낼 수 있는 능력을 키워주고 각이한 종류의 미술작품을 창작할 수 있는 기초를 다져주어야 한다.” 『미술교육과 우리 생활』, 『로동신문』, 2018.12.19.

175) 오은별, “인민의 마음속에 간직된 소나무-평양의 명승 모란봉의 숲을 돌아보며,” 『로동신문』, 2021.3.28.

송지와 명소들이 많은 ‘내 조국의 아름다움에 대한 긍지와 자부심’은 ‘소나무의 기상’으로 표현되고 있으며, 나무를 심는 김일성은 ‘풀 한 포기, 나무 한그루’로 표상되는 애국주의의 실천으로 설명된다.¹⁷⁶⁾

둘째, 공적 신뢰의 기능이다. 국가상징의 일차적 기능은 대외적으로 특정한 국가를 대표하는 배타적 상징성을 갖는다. 이러한 국가상징의 대외적 신뢰를 반영하는 것은 지폐 도안에 사용된 국화 목란이다. 목란은 위조를 방지하는 워터마크 표식으로 사용되고 있으며, 2005년 판 200원과 2009년 판 100원 지폐 도안에 단독으로 도입되었다.¹⁷⁷⁾

〈그림 III-12〉 북한의 다양한 화폐와 북한돈 200원에 사용된 목란



출처: 저자 촬영

셋째, 경제적 차원에서 국가상징을 디자인으로 활용한다. 국가상징 중에서 구체적인 실체가 있는 경우에는 디자인적인 요소를 살려서 공공기관의 상징으로 활용하고 있다. 국화인 목란을 상징으로 하는 목란비데오사, 국조 참매를 상징으로 하는 평양국제공항 등이 있다.¹⁷⁸⁾ 그리고 국가상징 우표 발행을 통해 문화적, 경제적 차원에서 이익을 창출하고자 한다.

176) 방송편집물로 송출된 〈공원속의 평양은 전한다(1)〉는 모란봉청년공원에서 나무를 심는 김일성의 사진을 보여주며 모란봉 숲 가꾸기는 이민위천의 실천이며, 김정은 시대까지 이어지는 일관된 방침임을 선전하고 있다. Sam jiyon 채널, “[운문기행] 공원속의 평양은 전한다(1),” 〈<https://www.youtube.com/watch?v=P-latmSuT6s>〉 (검색일: 2021.9.26.).

177) 이지순, “돈의 미학③: ‘상징의 숲,’” 민주평화통일자문회의, 〈<https://blog.naver.com/nuacmail/222082386148>〉 (검색일: 2021.9.26.).

178) 경제적 측면에서 국가상징의 브랜드화는 IV장 2절에서 상술 예정.

넷째, 대외 문화의 유입을 차단하고 내부적인 결속을 다지는 문화 통제의 전략으로 국가상징을 활용한다. 국가상징은 내부 구성원들의 내적 결속을 다지면서 정체성을 공유하는 기능을 한다. 국가상징 국어는 사회주의문명국 건설에서 중요한 문화사업으로 도덕기풍과 연결되었다. 아름다운 우리 말을 사용하는 것은 곧 제국주의 문화적 침략에 맞서는 것으로 맥락화되었다. 북한 체제의 위기감이 높아진 2019년 이후 국어는 반사회주의, 비사회주의 문화에 대한 대응으로서 문화적 실천으로 강화되었다.

나. 우표 발행과 국가상징 이미지 확산

신문과 잡지 보도 사진, 선전화나 우표는 북한의 정책 방향을 시각화한다. 특히 우표는 ‘면적당 이데올로기의 밀도가 가장 집중된 문화적 형식’으로 북한에서는 우표를 명백하게 예술로서 취급하고 있다.¹⁷⁹⁾ 북한의 우표는 선전화, 조선화, 도자기, 영화나 혁명가극의 장면, 조각과 기념비의 사진 이미지를 우표 형식으로 재생산하여 특정 이미지를 확산하고 이를 통해 이데올로기를 강화한다.

북한은 “외화를 획득할 목적으로 화제성 우표를 발행하고 있는 일종의 ‘우표남발국(stamp pandering countries)’으로 분류”되고¹⁸⁰⁾ 있을 정도이다. 특히 최근에 오픈한 조선우표사 웹사이트는 우표 목록과 가격, 기술적 정보를 상세히 제공하고 있다. 물론 이들 우표는 국내 우편 업무를 위한 것이 아니라 해외 수집가를 대상으로 한 것이

179) Ross King, “Monuments Writ Small: Postage Stamps, Philatelic Iconography, and the Commercialization of State Sovereignty in North Korea,” *Exploring North Korean Arts* (Wien: Universität Wien, 2010), p. 196.

180) “북한이故다이애나 비까지 그려 넣으며 ‘우표 남발’하는 이유?” 『경향신문』, 2019. 5. 8., <<https://www.khan.co.kr/culture/culture-general/article/201905071034011>> (검색일: 2021.10.22.).

다. 그러나 북한이 우표에 반영하는 이미지의 변화를 한눈에 보여준다는 점에서 주목할 만하다.

〈그림 Ⅲ-13〉 2015년 발행된 여자동아시아컵 우승기념 우표



출처: 조선우표사, <<http://www.korstamp.com/kp/stamps/stampsInfo-en-2015-Sp5029A.html>>
(검색일: 2021.9.1.).

2015년 동아시아 축구연맹 주최 여자 동아시아컵 경기대회 우승을 기념하여 발행된 우표에는 북한 국기가 우승 트로피와 함께 중심부의 절반 이상을 차지하면서 펼쳐진다. 스포츠를 통한 국위선양을 상징하는 것이 국기임을 분명히 하는 셈이다. 이들의 승리를 보도한 로동신문 기사는 “그 환희로운 시각에 승리자들이 펄펄 휘날린 공화국기가 온 경기장을 물들였다”면서¹⁸¹⁾ 국제스포츠 무대에서의 승리를 휘날리는 공화국기로 치환하고 있다.

국수 소나무, 국조 참매, 국견 풍산개, 국화 목란은 로동신문을 비롯한 각종 매체를 통해 국가상징의 형상으로 홍보되고 있다. 2017년 이후에는 네 가지 국가상징을 묶어 우표로 발행했다. 또한, 2019년 4월 조선중앙동물원과 조선중앙식물원 창립 60주년을 기념해 북한

181) “영웅조선의 경이적인 체육신화를 창조한 그 위훈 조국청사에 빛나리-2015년 동아시아 축구연맹 여자동아시아컵경기대회에서 우승한 여자축구선수들의 자랑찬 성과를 두고,” 『로동신문』, 2015.8.14.

의 대표 동물과 식물 이미지를 담은 우표 시리즈를 발행하면서 국가 상징을 시리즈에 넣기도 했다.¹⁸²⁾

〈그림 Ⅲ-14〉 2017년 발행된 국화, 국조, 국견, 국수 우표



출처: 조선우표사, <<http://www.korstamp.com/kp/stamps/stampinfo-en-2015-Sp5029A.html>> (검색일: 2021.9.1.).

2017년과 2020년 발행된 ‘국가상징 우표 시리즈’는 우표 발행을 위해 따로 제작된 것으로 보이는 회화작품이다. 반면에 2019년 중앙동물원과 중앙식물원 창립 60주년 기념우표는 제작 과정이 좀 더 용이한 실사 이미지를 바탕으로 제작되었다.

〈그림 Ⅲ-15〉 2019년 중앙동물원창립 60주년 기념 시리즈 우표 중 국견과 국조



출처: 조선우표사, <http://www.korstamp.com/kp/stamps/index-en-2019-3-all-publish_date_desc-20.html> (검색일: 2021.9.1.).

182) 조선중앙통신 보도에 의하면, 중앙식물원과 중앙동물원 창립 60주년을 기념해 개별우표 11종, 소형전지 2종, 묶음전지 5종이 발행됐다. 이 우표들에는 김일성화와 김정일화 목란, 은방울꽃, 곰솔(해송, 흑송), 큰꽃 군자란, 모과나무와 영산홍, 수삼나무(메타세쿼이아), 은행나무, 조선 법, 풍산개, 참매, 큰 오토기 앵무, 물범, 흰 서우(코벨소), 애완용 말이 포함됐다. 『“북 단신” 환경대상체육경기대회 폐막 등, 『동일뉴스』, 2019.5.1., <<http://www.tongilnews.com/news/articleView.html?idxno=128603>> (검색일: 2021.9.29.).

국수 소나무와 국전 풍산개는 가지에 눈 덮인 소나무, 새끼와 함께 있는 풍산개 이미지를 주로 사용하고 있다. 새끼와 어미가 함께 있는 풍산개 이미지는 김정일 시대부터 벌이고 있는 ‘풍산개 보존 및 번식 사업’을 환기한다.

가지에 눈 덮인 소나무 이미지는 소나무의 억세고 굳은 기상을 강조하기 위한 것으로 풀이된다. “소나무가 강한 생활력을 가지고 있기 때문에 우리 인민들은 예로부터 굳센 기상을 소나무에 비겨왔습니다”라는 김정일의 말은 곧 “엄혹한 겨울에도 찬바람을 꺾듯이 이겨내며 흰 눈을 떠이고 서 있는 소나무의 억세고도 푸르른 모습에 우리 인민들은 자기의 굳센 의지와 기개를 부여하여 왔던 것”으로¹⁸³⁾ 해석된다.

〈그림 Ⅲ-16〉 2020년 발행된 국가상징 시리즈 우표



출처: 조선우표사, <http://www.korstamp.com,kp/stamps/index-en-2020-2-all-publish_date_desc-20.html> (검색일: 2021.9.1.).

어미와 새끼가 함께 있는 풍산개, 눈 덮인 소나무 등의 이미지 등 특정 국가상징 이미지의 반복적 노출은 북한이 펼치는 정책에 대한 구체적 기대치와 효과, 북한이 추구하는 사회주의의 이상적 인민 상(像)에 대한 구체적 이미지 등을 제시하고 있다는 것을 알 수 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이 우표는 국가의 이데올로기, 정책 등을 효과적으로 전달하고 홍보하는 효과적 수단이다. 해외 수집가를 대상으로 우표는 문화상품의 일종으로, 국가상징 우표는 대외적으로 북한의 국가 이미지를 홍보하는 역할을 한다.

183) “민족의 님과 기상이 어린 국가상징들(1) 국수-소나무,” 『로동신문』, 2020.2.2.

다. 문화예술 창작 소재로서의 국가상징

국가상징 중에서 국화, 국조, 국수, 국전은 구체적인 실체가 있어서 문화예술의 창작 소재로 활용되기에 용이하다. 2021년 로동신문에 소개된 수예연구소의 창작품 소개 기사는 국가상징이 예술의 원천이 될 수 있음을 보여준다.

국화 목란꽃을 형상한 수예품을 손에 든 수예공의 얼굴에 긍지와 자부심이 한껏 어려있다. 꽃이 아름다울뿐아니라 향기롭고 열매도 맺고 생활력도 있다고 하시며 어버이수령님께서 친히 그 이름도 지어주신 《목란》, 위대한 수령님의 열렬한 조국애와 위대한 장군님의 고결한 충성심에 의하여 조선의 국화로 태어난 꽃이어서 우리 인민 누구나 사랑하는다. 우리 나라의 국건 풍산개를 형상한 수예품도 보인다. 우리 국가상징, 볼수록 생각도 깊어진다.¹⁸⁴⁾

국가상징을 소재로 한 문화예술의 창작은 국가상징의 대중화에서도 매우 유용한 전략이다. 대중성이 높은 문학이나 영화, 음악 등을 활용한 전략은 대중적인 친밀감을 높일 수 있는 대중화 전략이다. 이에 대해 자세히 논의하면 다음과 같다.

(1) 음악과 국가상징

국가상징을 이용한 가요로는 〈조국찬가〉가 있다. 2019년에 발표된 가요 〈우리의 국기〉가 국기를 상징하는 곡으로 주요 공연이나 경축 공연에서 국기 등장곡으로 사용되고 있다. 그러나 이보다 앞서 국가상징을 활용해 창작된 가요는 〈조국찬가〉이다.¹⁸⁵⁾ 〈조국찬가〉는

184) “수예품에 담은 마음,” 『로동신문』, 2021.6.27.

185) 〈조국찬가〉의 가사는 다음과 같다.

(1절) 사랑하는 어머니가 첫걸음마 떼여준/정든 고향집뜨락 조국이여라/누구나 소

‘공화국 창건 65돌’을 맞아 로동신문 2013년 9월 11일 1면 전체 지면에 수록되며 발표되었다. 조국, 조선, 나라 등이 반복적으로 나오는 〈조국찬가〉는 국가상징인 국조 참매, 국화 목란, 국기를 가사에 배치해 넣으면서 “김정은시대가 낳은 제2의 애국가”로¹⁸⁶⁾ 지칭되었다.

〈그림 Ⅲ-17〉 〈조국찬가〉 화면반주 영상의 목란꽃



출처: K.N. 채널, “화면음악 조국찬가,” (<https://www.youtube.com/watch?v=RZlobuKSUI4&t=110sr>) (검색일 2021.10.1.).

가요 〈조국찬가〉는 북한에서 〈우리의 국기〉, 〈나는 영원히 그대의 아들〉과 함께 ‘조국애’를 담은 대표적인 노래로 평가된다. 이들 노래가 아름다운 이유는 수령들에 의해서 아름다운 조국이 지켜졌기 때문으로 설명한다. 가요 〈조국찬가〉를 인민이 사랑하는 것도, “우리 조국을 세계가 부러워하는 천하제일강국, 인민의 락원으로 빛내여 주시려는 경애하는 원수님의 철의 의지가 력력히 어려있기 때문”이라고 설명한다.¹⁸⁷⁾

중한 그 품은 조국 // (2절) 그림같이 황홀하여 눈이 부신 땅과 바다/금은보화 가득한 전설의 나라/행복은 넘쳐라 인민의 조국 // (3절) 구름우엔 참매 날고 목란꽃 핀 이 강산/슬기롭고 아름다운 조선의 모습/부러움 없어라 아침의 나라 // (4절) 약동하는 젊음으로 비약하는 그 모양/억센 기상 하늘에 닿은 이 조선/심장을 바치자 이 조선 위해 // (5절) 창공에는 우리 국기 무궁토록 나뭇기고/이 땅에선 모든 꿈 이루어지리/그대를 영원히 사랑하리라 // (후렴) 빛나라 이 조선 인민공화국. 리광철, “조국찬가,” 『(노래집)위대한 내 나라』 (평양: 문학예술출판사, 2018), p. 155.

186) “위대한 김정은시대의 애국가-명곡 《조국찬가》에 대하여,” 『로동신문』, 2013.11.4.

187) “열화같은 조국애, 송고한 인생관,” 『로동신문』, 2020.5.14.

소나무는 혁명가계의 상징으로 자주 언급되었을 뿐만 아니라 민족의 기상과 문화적 전통을 함의하고 있어 예술 소재로 자주 사용되어 왔다. 소나무가 국수로 지정된 직후, 1994년에 창작된 가요 〈너를 보며 생각하네〉¹⁸⁸⁾ “내 조국의 굳센 모습이며 만민이 우러르는 조선의 장한 모습”¹⁸⁹⁾ 담은 노래로 소환되었다.

최근에는 김정일이 〈너를 보며 생각하네〉가 김일성이 생전에 좋아하던 노래라고 언급한 것이 알려지면서 그 의미를 더하고 있다. 김정일은 “우리는 이 노래를 들으며 량만을 가지고 곳곳이 살아야 하고 새 세대들의 찬란한 미래를 위하여 끝까지 혁명을 해야 한다고, 남산의 푸른 소나무는 우리 대에 와서 더 푸르러 질 것”이라고¹⁹⁰⁾ 교시했다고 한다. 이 노래는 부강한 조국을 건설하기 위해 국가상징 소나무의 의미로 재해석되었다. 현재의 난관을 이겨내기 위해서는 소나무와 같은 신념과 의지가 필요하며, 이는 미래의 후대들을 위한 것이다.

국가상징이 된 자연물들은 이전에 문화적, 관습적으로 친숙한 산물이었다. 이전에 창작된 노래의 경우에도 국가상징의 의미를 더해 재문맥화 되고 있다. 자연물이 국가상징이 될 수 있는 근거는 과거의 전통과 관련되어 있지만, 국가상징의 재문맥화는 현재와 미래를 위한 포석이다. 즉 재문맥화의 형상은 오늘의 곤란에 맞서 내부적 힘을 모으고, 난관을 돌파할 수 있는 신념과 투지를 촉진하는 부분으로 이루어지고 있다.

188) (1절) 무성한 잎새 우에 흰눈을 띄이고서/푸르러 설레이는 한그루 소나무여/이 세상이 변한대도 제 모습 잃지 않을/아— 내 조국의 장한 모습/너를 보며 생각하네 // (2절) 잎이 진 수림속에 앞날을 그려 주며/희망의 등대처럼 푸르른 소나무여/드넓은 이 세상이 모두 다 우러르는/아— 내 조국의 장한 모습/너를 보며 생각하네 // (3절) 태양이 안기여 준 푸르른 그 기상을/곳곳이 보여주는 억세인 소나무여/우리 당 손길 아래 천만년 길이 빛날/아— 내 조국의 장한 모습/너를 보며 생각하네. 리광철, “너를 보며 생각하네,” 『(노래집) 위대한 내 나라』 (평양: 문화예술출판사, 2018), p. 124.

189) 류경, “조국의 장한 모습을 소나무에 담아,” <<http://www.ryugyongclip.com/index.php?lang=prk&type=gisa&categ=4&no=240&pagenum=654>> (검색일: 2021.10.24.).

190) “후대들을 사랑하라,” 『로동신문』, 2021.8.11.

(2) 문학과 국가상징

국가상징을 통해 애국을 고취하며 교양선전하는 양상과 달리, 일상생활의 편의를 위한 브랜드로 자리잡는 이야기는 국가상징과 관련한 스토리텔링으로 읽어볼 수 있다.

국수 소나무는 깨끗한 기상과 절개를 상징하는 나무로 국수로 지정하기 이전부터 꺾이지 않는 의지, 애국을 상징하는 전설과 일화가 있었다. 소나무의 속성을 보여주는 이야기를 모아서 청소년 도서로 출판하여 청소년 교육으로 활용하고 있다.

2010년에 출판된 ‘평양전설 그림책’ 『을밀대의 소나무』는 임진왜란 때 소나무에 걸어둔 허수아비로 왜군을 물리친 이야기를 통해 소나무와 애국을 연결 지어서 소나무의 의미를 강조했다.¹⁹¹⁾

소나무가 국수로 지정된 이후, 전설과 민담에 애국을 결합한 서사가 많이 소개되었다. 금강산 구룡연의 ‘창터소나무림’은 침략자들을 물리칠 병기고였고, 고산군 설봉리 석왕사 오르막길에 있는 ‘광명소나무림’은 수령 200년이 넘는 나무와 어린 소나무가 무성한 숲이었는데, 모두 김일성이 찾아와 소나무를 잘 보호하라는 가르침을 준 이후 천연기념물이 되었다는 것이다.¹⁹²⁾

김정은 시대의 국가상징은 추상적으로 국가에 대한 자긍심 고취

191) 임진왜란 당시 평양을 지키던 최칠성이라는 젊은 군인이 있었다. 최칠성은 몰려오는 왜군을 보면서 아버지에게 피신할 것을 권하였다. 하지만 아버지는 “왜적들의 더러운 발길에 우리 평양성이 밟히는 게 될 말이나”면서 뒷집 박노인과 함께 싸우기로 작정하고 관군을 찾아갔다. 관군을 찾아가면 최노인과 박노인은 탄환을 막더라도 싸우겠다는 의지를 보였지만 관군은 받아주지 않았다. 낙담한 두 노인은 돌아오던 길에 소나무를 보면서 꾀를 생각했다. 나무에 허수아비를 만들어 군사처럼 보이게 하는 것이었다. 두 노인은 관군과 백성들과 힘을 합쳐서 밤을 세워 허수아비를 만들어 소나무에 걸어두었다. 왜군들은 소나무 사이에 관군이 있는 줄로 알고 총탄과 화살을 쏘았다. 그렇게 소나무를 물리친 이후 마을 사람들은 을밀대에 올라 소나무를 가꾸었다는 것이다. 김정설 글, 강영남·권영훈 그림, 『(평양전설 그림책)을밀대의 소나무』 (평양: 문학예술출판사, 2010), pp. 41~69.

192) “수백년의 년륜이 새겨진 천연기념물들,” 『로동신문』, 2017.11.19.

에 머물지 않고, 자강력제일주의와 우리 국가제일주의와 결합해 국
산품 생산과 애용으로 연결되고 있다.

2019년에 발표된 주설웅의 단편소설 『소나무』는 학생용 책가방
브랜드인 소나무책가방에 얽힌 이야기를 소재로 하고 있다.¹⁹³⁾ 소
설에는 김정은이 가방공장 관계자를 불러 새로운 학생용 가방으로
‘배낭식 가방’인 백 팩을 생산하라고 주문한 것으로 나온다. 김정은
은 새로 생산한 가방을 보면서 형태와 색이 다양하고, 기능성·편리
성·미학성에서 다른 나라와 당당히 견줄 수 있는 질 좋은 가방이라
며 만족했다고 한다. 다만 생산 규모가 적어 충분히 공급할 수 없어
서 평양시에 ‘학생용 멜 가방’을 전문으로 생산하는 공장을 건설할
과업을 주었고, 이를 직접 확인하기 위해서 그 중요한 발사장으로
가던 발걸음을 멈추었다는 것이다.¹⁹⁴⁾

소나무 가방은 학생들에게 국가상징 교육을 강화하는 차원에서
일상으로 메는 가방에다 국가상징 나무인 ‘소나무’를 명명한 것이다.
소나무 브랜드의 의미는 미키 마우스 디자인이 들어간 가방을 뺏던
손녀가 학교에서 ‘생쥐’라 놀림 받았다는 에피소드와 비교해 더 분명
해진다. 소나무 상표는 아이들에게 우리 정서와 문화, 우리 원료와
자재, 자체의 기술로 만들어 “이 땅의 모든 아이들이 하나같이 내
나라의 국수같이 역세계 키우”려는¹⁹⁵⁾ 의도의 산물인 것이다.

193) 소설은 책 무렵 완성을 앞둔 중요한 시기에 마지막 발사를 앞두고 김정은이 평양시
책임일꾼들을 부르는 장면에서 시작한다. 김정은은 아이들이 학교에서 우리 말과
글을 배우면서 가방은 다른 나라의 것을 들고 다니면 민족적 자존심에도 어긋나지
만, 낡은 것을 부러워하는 나쁜 짝이 둘 수 있는 심각한 문제라고 말한다. 인공지
구위성을 쏘아 올리는 것도 중요하지만, 아이들에게 자기 것에 대한 긍지와 자부심
을 안겨주는 것이 더 중요하다는 김정은의 지도에 따라 소나무 책가방이 만들어지게
된 것이다. 주설웅, “소나무,” 『조선문학』, 2019년 5호, pp. 8~17.

194) 김정은은 2017년 평양가방공장을 방문한 적이 있다. ‘숭고한 후대사랑, 인민사랑에
떠받들려 평양시의 통일거리에 현대적으로 건설된 평양가방공장을 찾았다’는 내용
의 기사는 다음 참조. “크나큰 은정 속에 넘치는 행복,” 『로동신문』, 2017.1.23.

195) 주설웅, “소나무,” 『조선문학』, p. 17.

(3) 미술과 국가상징

목란은 지폐 도안에 일찍부터 사용되어 일상에서 자주 접하는 국가상징이라 할 수 있다. 또한, 미술교육에서는 조선화 기본 과정으로 목란 그리기부터 시작한다. 최근에는 그림이나 수예, 건물의 벽장식 등의 소재로 활용되고 있다.¹⁹⁶⁾ 그러나 김정은 체제가 시작되면서 미술에서 가장 많이 활용하는 국가상징은 소나무이다.

소나무가 국수로 지정된 이후 소나무를 소재로 한 전시회가 줄곧 개최되었다. “우리 국가의 강인성이 그대로 비껴있는 소나무를 훌륭히 형상하기 위하여 누구나 불같은 정열을 기울”여¹⁹⁷⁾ 다양한 형식으로 창작한다는 보도는 소나무의 대중화가 미술 부문에서 진행되고 있음을 보여준다.

2019년 2월 광명성절 기념으로 평양국제문화회관에서 진행된 중앙미술창작사 전시회는 소나무를 주제로 조선화, 유화, 수예, 도자기 작품 150여 점을 출품했다.¹⁹⁸⁾ 민족의 기상이 반영된 조선화, 혁명선열들의 굳은 신념과 의지를 보여주는 구호나무, 준엄한 겨울을 이겨내고 봄을 맞이한 청신한 모습 등이 조선화, 수예, 판화, 만년화 등으로 구현되었다는 감상이 이어졌다.¹⁹⁹⁾

전시된 작품들의 의미와 함께 전시회를 돌아본 관객의 소감은 국가상징을 활용한 예술작품의 대중적 수용을 반영한다. 눈 속에서도 푸름을 잃지 않는 소나무의 형상은 대내외적 어려움에 당면한 북한을 환기한다.

196) “수예품에 담은 마음,” 『로동신문』, 2021.6.27.

197) “소나무의 역센 기상을 화폭에 담으며-중앙미술창작사에서,” 『로동신문』, 2019.2.3.

198) “미술작품전시회 <조선의 국수-소나무> 개막,” 『로동신문』, 2019.2.14.

199) “우리 민족의 기상, 우리 국가의 강인성이 비긴 화폭들-광명성절 경축 미술작품전시회 <조선의 국수-소나무>를 보고,” 『로동신문』, 2019.2.17.

눈이 의미하는 시련, 푸름이 의미하는 깨끗한 의지, 국수 소나무가 함의하는 국가가 종합되어 있다. 평양시 미술창작사가 “소나무에 깃든 민족의 넋과 기상을 더듬어볼수록 가슴은 긍지로 부풀고 우리의 국가상징을 훌륭히 형상하여 인민들의 생활속에 더 깊이 뿌리내리도록 하려는 결심이 굳어지고 있다”²⁰⁰⁾ 소개는 국가상징의 대중화가 국민이 국가상징을 내면화하여 가치관의 지표로 삼아야 한다는 것을 보여준다.

(4) 공연예술과 국가상징

국가상징의 대중적 확산을 위하여 공연에서 국가상징을 사용한 애국심을 주제로 한 공연이 창작되었다. 2018년 공연한 대집단체조와 예술공연 <빛나는 조국>은 개막 장면에서는 국가상징인 소나무, 목란, 참매를 배경으로 해가 뜨는 장면을 연출했다.

<그림 III-18> 대집단체조와 예술공연 <빛나는 조국> 개막에 등장하는 국가상징 ‘소나무, 목란, 참매’와 2019년 달력의 ‘목란’



출처: 주권방송 채널, “문재인 대통령도 감동한 대집단체조와 예술공연 ‘빛나는 조국,’” <<https://www.youtube.com/watch?v=h4Px4nwg9J4&t=785s>> (검색일: 2021.10.2.); 저자 촬영.

소나무와 김형직의 연관성은 문화예술을 통해서도 여러 곳에서 확인된다. 2016년 5월 11일에 있었던 조선로동당 제7차대회경축 모란봉악단, 청봉악단, 공훈국가합창단 합동공연 <영원히 당을 따라>

200) “화폭에 어린 수중한 마음,” 『로동신문』, 2021.5.9.

에서의 공연을 보면 소나무와 김형직이 강조했다는 지원(志遠)을 소개한다.

(5) 만화영화와 국가상징

풍산개는 국전으로 소개되기 전부터 민족의 역사와 함께 한 오랜 전통이 있는 품종으로 알려져 있었다. 2014년에 제작한 만화영화 <고구려의 젊은 무사들>에는 풍산개가 등장한다.

만화영화 <고구려의 젊은 무사들>은 김인수의 역사 그림책인 『고구려척사』(2001~2002)를 원작으로 한 만화영화이다. 고구려 시대를 배경으로 젊은 무사가 목숨을 걸고 늑대족의 계락을 물리치고 임금의 명령을 수행한다는 줄거리이다. 만화영화 <고구려의 젊은 무사들>의 풍산개는 사건의 맥락을 전달하고, 이야기 전개를 흥미롭게 하는 감초 역할을 한다.

<그림 Ⅲ-19> 만화영화 <고구려의 젊은 무사들>의 풍산개



출처: <고구려의 젊은 무사들> (평양: 조선4.26아동영화촬영소, 2010~2012).

국가상징은 국가상징물 자체의 고유한 의미가 있다. 그러나 국가상징과 관련한 의례와 언어 상징, 조형 상징 등의 다양한 방식을 통해서 사회구성원들과 소통하면서 공동체 의식을 높인다. 국가상징은 내부 구성원들의 단합을 끌어내는 데 유용한 수단이 될 수 있다.

실제로 국민 동원을 통한 경제발전은 남북한 모두 동일했다. 남한은 ‘잘 살아보세’의 언어 상징과 새마을 문양으로 새마을 운동을 고무했고, 북한은 ‘동무는 천리마를 탔는가’의 언어 상징과 천리마 동상으로 주민들을 선동했다.²⁰¹⁾

국가상징의 재문맥화는 다양한 방면으로 대중화되고 있다. 국가 상징은 대내외적으로 국가 이미지를 긍정적으로 과시하고, 김정은 체제의 새로운 시대 비전을 상징적으로 보여주고자 개발되었다. 애국을 키워드로 한 국가상징은 다양한 문화예술 형식으로 재문맥화 되는 중이다.

문화예술 작품에 소재로 활용된 국가상징은 사회적으로 국가의 의미를 재인식하는 매개가 되었다. 국기를 중심으로 하나가 되는 영화나 드라마를 만들었고, 국가를 주제로 한 가요를 만들었고, 애국을 마케팅으로 한 브랜드도 개발하였다. 김정은 시대의 국가상징은 대내적인 결속과 대외적인 이미지 개선을 통해 궁극적으로 경제를 활성화하는 데 활용되고 있다. 그리고 국가상징은 문화를 통한 주민 통제에도 활용되고 있다. 이에 대해서는 다음 항에서 논의한다.

라. 국어 조선어의 재문맥화

김정은 시대 국어 조선어의 재문맥화는 “사회주의생활양식과 고상한 도덕기풍을 확립”하는 방편에서 “언어생활을 고상하고 문명하게”하는 것으로 모아졌다.²⁰²⁾ 이를 위해 일상에서 아름답고 품위 있는 언어생활이 강조되었다.

201) 정영철, “남북한 대립 상징의 구조와 변화,” 『북한연구학회보』, 제11권 제1호 (2007), pp. 314~315.

202) “당의 의도를 높이 받들고 사회주의문명건설을 힘있게 다그치자,” 『로동신문』, 2019.1.26.

올바른 언어사용과 언어예절은 공산주의 도덕의 하나로 일찍이 규정되었다. 김정일은 『영화예술론』에서 “우리 말은 레의범절을 똑 똑히 나타낼수 있기때문에 사람들의 공산주의도덕교양에도 매우 좋다”고²⁰³⁾ 언급한 바 있다. 언어생활에서 개인의 인격과 품위, 교양을 발견하는 것은 새로운 것이 아니다.

그러나 언어의 사회적 기능을 잘 수행하기 위해 아름다운 언어생활이 강조되는 맥락은 김정은 시대의 언어정책, 국어의 재문맥화의 방향을 지시하고 있다. 즉, “은 사회에 고상하고 건전한 도덕기풍이 차넘치게 하자”²⁰⁴⁾ 구호 아래, 아름다운 생활의 바탕에 언어생활을 두는 것이다. 언어예절이 “사람의 문화도덕수준을 평가”하고 “나라와 민족의 문명정도와 고유한 민족성을 보여주는 척도”²⁰⁵⁾ 관점은 언어가 곧 사회주의 도덕과 윤리라는 것이다. 이는 국어의 언어생활이 애국과 문명의 관점에서 재문맥화되고 있음을 보여준다.

일반적으로 북한에서 강조하는 올바른 언어생활은 알기 쉬운 문체, 알기 쉬운 언어이다. 인민들이 이해할 수 있는 문장이란 ‘일체의 한문투가 배제되고 짧은 글’이다. 언어사용에서도 ‘뜻이 모호하거나 발음이 까다로운 말’, ‘굳더더기가 많으면서도 복잡하고 긴 문장’, ‘외래어에 의한 단어 조성 등 대중이 이해하기 힘든 어휘’를 사용하는 것은 올바른 글쓰기 태도가 아니다.²⁰⁶⁾

올바른 국어 사용은 혁명역사와 관련되고 있다. 김일성은 민족문화의 상징이자 민족의 징표인 국어가 일제강점기 식민지 동화정책으로 소멸되지 않도록 지켰고, 혁명적이면서 인민적인 문화어가 될

203) 김정일, “영화예술론: 1973년 4월 11일,” 『김정일선집, 제3권: 1973』 (평양: 조선로동당출판사, 1993), p. 137.

204) “은 사회에 고상하고 건전한 도덕기풍이 차넘치게 하자,” 『로동신문』, 2018.11.15.

205) “말은 곧 그 사람,” 『로동신문』, 2018.11.15.

206) 전영선, 『북한의 언어-소통과 불통 사이의 남북언어』 (광명: 경진출판사, 2015), p. 124.

수 있도록 지도하였다는 것이다. 김정일은 “북과 남이 다 같이 고유 조선말을 기준으로 삼고 언어의 기본대를 세우며 외래어와 한자어를 정리하여 우리 말로 바꾸는 원칙에서 언어를 발전시킨다면 언어의 이질화를 막고 그 순결성을 지켜낼 수 있을 것”이라는²⁰⁷⁾ 가르침을 주었다는 것이다.

국어에 대한 인식은 김정은 시대에 더욱 강화되었다. 민족어의 고유한 특성이 집중적으로 구현된 평양문화어를 적극 강조하는 한편으로, “고상하고 문명한 언어생활은 공고한 동지적 단합과 화목의 출발점”이므로 “사람들사이의 친근감은 도덕적으로 고상하고 문명한 말을” 사용하는 아름다운 언어생활을 강조했다.²⁰⁸⁾

김정은 시대의 언어생활은 다음 세 가지 이유에서 국어로 재문맥 화하고 있다.

첫째, 국가에 대한 자부심을 부각하기 위해서이다. 국어를 갖고 있다는 것은 공용어를 사용하는 나라에 비해 문화적으로 우수하다는 것을 상징한다. 전 세계 국가 중에서 “자기의 독자적인 국어”를²⁰⁹⁾ 가진 나라가 많지 않을 뿐만 아니라 단일하고 유구한 역사를 가진 언어를 가진 민족도 많지 않기 때문이다.

둘째, 국가상징으로서 국어는 민족의 긍지와 국가의 자긍심을 상징한다. 이런 점에서 “우리는 훌륭한 국어를 가지고 있는 것을 크나큰 자랑으로 여기고 그 우수성을 언어생활을 통하여 더욱 빛내여 나가야 할 것이다”고²¹⁰⁾ 강조되는 것이다. 또한, 표준어인 ‘문화어’와 국어인 ‘조선어’를 구별하고, 국가의 언어로서 ‘국어’라는 표현을 통

207) “항일혁명투쟁시기 민족어의 고수발전을 위한 투쟁에 쌓아올린 불멸의 업적,” 『로동신문』, 2018.2.24.

208) “평양문화어를 적극 살려쓰자,” 『로동신문』, 2021.3.7.

209) “조선의 국가상징-세상에 자랑 높은 우리의 국어,” 『로동신문』, 2019.2.4.

210) 위의 글.

해 국가성을 강조하는 특징이 있다.

셋째, 국어에 대한 강조는 결과적으로 최고지도자의 영도로 이어진다. 오랜 역사 속에서 유실될 뻔한 국어가 최고지도자에 의해서 살아났고, 전통을 이어갈 수 있게 되었기 때문이다. 우리 국가제일주의 시기에 국가상징으로 국어를 이야기할 때 ‘조선어’를 주로 사용하는 것도 이러한 맥락과 연결된다.²¹¹⁾ 동시에 올바른 언어생활에 대한 강조는 사회문화적인 통제의 장치로 활용되고 있다.

최근 북한이 국가상징으로 국어를 재문맥화하는 것은 일차적으로는 문화적, 민족적, 국가적 긍지를 고취하기 위해서이다. 일차적으로는 외부문화를 차단하고, 이차적으로는 언어생활에서 ‘우리 것’을 사용하는 윤리적이고 도덕적인 문화생활을 강화하자는 데 있다. 체제 위기 상황에서 최고지도자의 영도와 국가 중심적 언어통제는 구속력을 가진 문화통제라는 특징이 있다.

4. 소결

김정은 시기로 오면서 국가상징은 새롭게 규정되었다. 국가상징을 재문맥화 하는 토대는 정치적인 상황이다. 국가상징은 대외적으로 국가를 상징하는 만큼 국가의 이미지와 관련하여 국가상징을 새롭게 창출해야 할 필요성이 높아졌기 때문이다.

1절에서는 국가상징의 재문맥화 배경을 살펴보았다. 계승의 논리와 통치 이데올로기로 제시된 ‘김정일애국주의’, 국가발전 목표로 제출한 ‘사회주의문명국’, 경쟁력을 갖추고 국가로 발돋움하여 부흥하고자 호명한 ‘우리 국가제일주의’는 국가를 중심에 놓는 통치 담론이다.

211) 위의 글.

평양의 브랜드화는 수도의 품격과 국가 위상을 높이려는 정책의 결과물이라 할 수 있다.

2절에서는 헌법에 규정된 국호, 국기, 국장, 국가(國歌)의 재문맥화를 살펴보았다. 국호는 영문 표기와 관련한 대외적 호명을 중심으로 논의되고 있다. 국호는 국가상징이지만 국가의 존립을 증명하는 기호이다. 대외적으로 국제사회의 국호 호명은 북한 정부의 합법성을 나타내며, 대내적으로 국민의 소속감을 표시한다. 문화예술로 집중적으로 재문맥화된 국가상징의 하나는 국기이다. 영화, 노래, 공연예술에서 시각적으로 구현되고 있으며, 공연 및 국가행사에서 국기 계양식으로 자리 잡았다. 국기의 재문맥화는 대내적으로 애국심을, 대외적으로 독립 국가의 공식성을 알리지만, 한 국가의 정체성을 상징한다는 점에서 중시되었다. 국장은 국기만큼이나 많이 노출되는 국가상징이지만, 최근에는 국무위원장 표식으로 재문맥화되고 있다. 이는 김정은의 정치적 권위를 국가와 동일시하는 것으로 해석할 수 있다. 국가(國歌)는 국기와 함께 국가의례의 중요 요소로 재문맥화되고 있다. 김일성과 김정일 찬가 대신 <애국가>를 국가의례 중심에 배치함으로써 국가(國歌)의 상징성을 복원했다.

3절에서는 확장된 국가상징(국화, 국어, 국조, 국수, 국전, 국주)의 재문맥화를 살펴보았다. 법 규정 국가상징이 한 국가의 외교적 표징이라면, 확장된 국가상징은 전통과 문화를 전유한 것으로 재문맥화 양상도 대중화 측면으로 진행되었다. 특히 국가상징 우표 시리즈는 북한의 국가 이미지를 대내외적으로 알리는 데 기여하고 있다. 국가상징은 음악, 미술, 문학, 공연예술, 만화영화 등 문화예술 창작 소재로 활용되며 재문맥화되고 있다. 이를 통해 사회적으로 국가의 의미를 재인식하도록 하고, 애국 마케팅과 브랜드 설립으로 이어짐으로써 경제 활성화에도 일정 부분 기여하고 있다. 더불어 국어의

재문맥화는 윤리적이고 도덕적인 문화생활과 문화통제의 두 차원에서 이루어지고 있음을 확인하였다.

종합적으로 볼 때, 국가상징의 재문맥화는 김정은 체제의 정치적 리더십을 강조하고 있다. 또한, 일상의 행동과 생활, 사고방식에 영향을 주는 방향으로 국가상징이 재문맥화되고 있다. 이때 주목되는 부분은 국가상징을 디자인으로 활용하거나 브랜드로 사용하는 부분이다. 경제적인 차원에서 국가상징의 시각화는 대외적으로 북한을 대표하는 이미지를 각인하며, 제품의 인지도를 높이는 방법이 된다. 대내적으로는 애국심에 호소하는 국산품 애용의 마케팅 전략으로 적극 활용하고 있다. 이에 대해서는 다음 장에서 브랜드 전략으로 살펴보고자 한다.

IV. 국가상징의 브랜드 전략

이지순 통일연구원
이무경 건국대학교
전영선 통일디자인연구소



북한의 국가상징은 대외적으로 국가의 이미지를 개선하고, 대내적으로 구성원들을 하나로 묶는다. 김정은 집권 이후 국가상징은 대내적으로는 전통적인 인쇄매체를 통해 교양되지만, 대외적으로는 인터넷과 뉴미디어를 적극 활용해 선전되고 있다. 국가상징을 활용하는 북한의 의도는 각 분야의 브랜드 전략으로 살펴볼 수 있다.

1절은 국가상징의 정치 브랜드 전략을 대외적인 국가 이미지 개선과 관련해 살펴본다. 특히 국가 이미지를 관리하기 위해 미디어를 활용하는 양상과 뉴미디어 콘텐츠를 통해 국가상징이 매개하는 북한의 국가 이미지, 또는 정치 브랜드 전략을 분석한다.

2절은 국가상징의 경제 브랜드 전략을 산업미술과 연관해 분석한다. 국가상징을 브랜드 엠블럼과 마크 심볼로 활용하는 양상과 산업미술의 브랜드화 정책, 일상용품 브랜드의 확장 가능성을 통해 경제부문의 전략을 분석한다.

3절은 국가상징의 사회문화 브랜드 전략을 일상에서 애국을 체험하고 실천하는 양상으로 분석한다. 국풍으로 확장된 사회주의 미풍양속과 국어를 통해 국가상징이 애국의 실천으로 어떻게 전략적 관계를 맺는지 분석한다.

1. 국가상징의 정치 브랜드 전략

북한이 그동안 쌓아온 세계 인지도는 핵 실험이나 군사도발과 같이 위협적인 상황에 근거해 부정적이고 위험한 국가로 인식되고 있었다. 그러나 최근 북한의 미디어 활용은 대외적 국가 이미지를 개선하려는 움직임으로 포착되고 있다.

이 절에서는 북한의 세계 인지도와 국가지수, 뉴미디어 활용 양상을 통해 북한이 이전과 다른 방식으로 국가 이미지를 관리하는 부분

을 분석한다. 특히 뉴미디어 문법에 따라 맞춤 제작한 콘텐츠들이 어떻게 대외적 이미지를 쇄신하고 국가경쟁력과 국익을 위한 토대로 작용하는지 분석한다. 이를 종합하여 국가상징을 활용하는 북한의 정치 브랜드 전략을 도출하고자 한다.

가. 국가 이미지 관리와 미디어 활용

(1) 북한의 세계 인지도와 국가지수

국가 이미지는 한 국가의 품격, 경쟁력, 호감도, 신뢰도 전반에 영향을 미친다. 이를 총칭해 국가 브랜드라 한다. 전통적으로 국력은 군사력과 경제력에 의존해 왔지만, 최근의 국가 브랜드 관점에서는 국가의 품격과 이미지가 더 많은 영향을 미치고 있다.²¹²⁾ 국가 브랜드는 세계 미디어에 노출되는 방식, 주요 수출품목, 자연환경, 스포츠나 예술에서 국가를 선양하는 방식, 대내외 정책 방향과 활동 등 어느 것이나 가능하다. 그러나 국가 브랜드를 설정하기에 앞서 우선되는 것은 대외적인 국가 이미지 구축이다. 국제정치적 영향력과 국가적 경쟁력은 국력과 직결되며, 국력의 향상은 세계 속에서 어떤 국가 이미지와 위상을 갖느냐로 귀결되기 때문이다.

북한은 세계화를 지향하지만, 국제적으로 북한의 위상은 그리 높지 않다. 관광, 수출, 문화유산, 국민성, 여행편의성, 치안, 비즈니스환경, 투자 등을 기준으로 한 나라의 가치를 산출하는 국제지수는 대개 세계 중상위 국가들이 대상이다.²¹³⁾ 북한은 대부분 이런 국제

212) 국가브랜드위원회, “국가브랜드란,” <<http://17koreabrand.pa.go.kr/gokr/kr/cms/selectKbrdCmsPageTbl.do?cd=0158&m1=1&m2=1>> (검색일: 2021. 5. 17.).

213) 국가 브랜드 개념의 창안자인 사이먼 안홀트가 개발한 국가 브랜드지수(Nation Brand Index: NBI)는 브랜딩 전략을 개발하고 브랜드 가치를 측정한다. 안홀트는 관광, 수출, 통치방식, 이민과 투자, 문화와 유산, 국민성을 ‘국가 브랜드 6개 요소(national brand hexagon)’로 꼽고, 이를 종합적으로 측정하여 각 나라의 가치를

지수에 포함되지 않는 경우가 많다.²¹⁴⁾ 북한에 대한 정보 접근이 어렵고 북한이 자국 내 상황을 공개하지 않기 때문이다. 북한이 국제지수에서 발견되더라도 국제적인 평가 지수는 매우 낮은 편이다.²¹⁵⁾

한편, 테러나 전쟁 소식은 한 국가를 부정적으로 인식하게 하고, 널리 알려지게 하며 오래 기억되도록 한다. 북한의 경우 핵 실험과 관련해 위협적 소식이 전해질 때 검색 순위가 올랐고, 비핵화나 북미회담과 같이 평화적 소식의 경우엔 오히려 검색이 감소했다.²¹⁶⁾

산출하고 순위를 매겼다. 이 외에도 여행편의성·문화유산·치안·비즈니스환경 등을 종합적으로 평가하는 퓨처브랜드(FutureBrand)의 국가 브랜드지수(Country Brand Index: CBI), 투자·관광·생산·인력을 기준으로 지수를 산출하는 브랜드 파이낸스(Brand Finance)의 브랜드경쟁력지수(Brand Strength Index: BSI), 각 국가의 생산성과 기업 성장 능력을 바탕으로 국가경쟁력을 평가하는 세계경제포럼(World Economic Forum: WEF)의 국가경쟁력지수(Global Competitiveness Index: GCI) 등이 있다. 안홀트의 NBI는 50위, 퓨처브랜드의 CBI는 75위, 브랜드 파이낸스의 BSI는 100위, 세계경제포럼의 GCI는 140위까지 산출하기에 세계 중상위 국가에 속하지 않는 나라들은 대부분 제외되어 있다.

214) 190개 국가를 대상으로 하는 세계은행그룹(World Bank Group: WBG)의 '두잉 비즈니스(Doing Business)', 198개 국가를 대상으로 하는 블룸 컨설팅(Bloom Consulting)의 관광 분야 국가 브랜드 순위(Country Brand Ranking: Tourism Edition) 등에서 북한은 포함되지 않았다.

215) 유엔의 사회경제부(UNDESA)가 193개국을 대상으로 격년으로 조사하는 전자정부 발전지수(E-Government Development Index)와 온라인참여지수(E-Participation Index)에서 낮은 순위에 오른 북한이 확인되고 있다. 북한의 전자정부발전지수는 2010년 184위에서 2012년 131위로 비약적으로 상승했으나 2014년 149위, 2016년 153위, 2018년 185위, 2020년 187위로 계속해서 내려가고 있다. UNDESA, "E-Participation Index," <<https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/46-Democratic-Peoples-Republic-of-Korea/dataYear/2020>> (Accessed June 1, 2021);

북한의 온라인 참여지수는 170위(2008년), 180위(2010년)에 머물다가 김정은 집권 직후인 2012년에 161위로 잠시 상승했다가 다시 186위(2014년), 188위(2016년), 193위(2018년), 189위(2020년)으로 집계되었다. 표현의 자유 등이 침해되는 사례가 계속 수집됨에 따라 참여지수 평가도 세계 최하위 수준에 머물고 있다. UNDESA, "E-Participation Index," <<https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/46-Democratic-Peoples-Republic-of-Korea/dataYear/2020>> (Accessed June 1, 2021).

216) 블룸 컨설팅(Bloom Consulting) 산하 디지털 디맨드(Digital Demand)는 전 세계 243개 국가를 대상으로 온라인에서 많이 검색된 국가 순위를 매기고 각국의 디지털 매력을 나타내는 디지털국가지수(The Digital Country Index: DCI)를 산출했는데,

핵 개발과 실험으로 세계 뉴스에 오르내렸던 2015~2016년의 북한은 상대적으로 높은 관심을 받았지만, 위협적이고 부정적인 인지도를 높였다는 점에서 국가 이미지 관리 측면에서는 오히려 손해이다. 북한은 최빈국으로 평가받지만,²¹⁷⁾ 2018년 전후에는 미세하게 긍정적 평가를 받았음을 발견할 수 있다.²¹⁸⁾

비핵화를 선언하고 평창올림픽에 참여하던 시기의 국제지수 변화는 북한에 대한 일반적인 관심도를 반영하고 있다. 북한이 뉴미디어 플랫폼을 적극적으로 활용하며 국가 이미지를 관리하게 된 시점도 이 시기 이후부터라 할 수 있다.

김정은 시대는 세계화를 어젠다로 설정했지만, 해외 평판은 최하위 수준에 머물러 있다. 그러나 뉴미디어 채널에 탑재된 콘텐츠의

2015년~2016년에 북한은 97위를, 2017년~2018년에 103위를 기록했다. 2015년~2016년도 세부 검색은 확인이 불가하지만, 2017~2018년도 세부 검색을 살펴보면, 대북제재로 인한 수출입 규제와 북한 내부의 사회경제적 환경에 대한 관심이 높았다. 검색 내용은 북한에 대한 기초 정보를 중심으로 한다. Bloom Consulting & Digital Demand, "The Digital Country Index 2017-2018," <<https://www.digitalcountryindex.com/Korea--Dem--Rep--reputation>> (Accessed May 28, 2021).

217) 블룸 컨설팅은 2017년~2018년 무역 지수에서 북한을 127위로 평가했고, 국가 브랜드 전략 수치(Country Brand Strategy Rating: CBS Rating)에서는 '빈곤한 상태(poor)'를 의미하는 'D'를 부여했다. 참고로 'D'를 받은 국가는 남미의 볼리비아(112위), 앵골라(168위), 신트 마르텐(192위), 아프리카의 소말리아(132위), 콩고(141위), 베닌(147위), 적도 기니(158위), 남수단(183위), 아시아에서는 투르크메니스탄(120위), 오세아니아의 뉴 칼레도니아(121위), 파라우(166위), 프랑스령 폴리네시아(179위), 키리바시(184위), 마셜 제도(200위) 등 세계 최빈국들이다. Bloom Consulting, Country Brand Ranking: Trade Edition 2017-2018, pp. 30~31, <<https://www.slideshare.net/bloomconsult/bloom-consulting-countrybrandrankingtrade20172018>> (Accessed May 25, 2021).

218) 미국의 보수 성향 싱크탱크인 헤리티지 재단(The Heritage Foundation)이 매년 발간하는 '경제자유지수(Index of Economic Freedom)'에서 북한은 최하위이다. 100점 만점 기준으로 산출된 점수도 0점에 가까운 1점대를 보여준다. 김정은 집권 전후를 살펴보면, 2015년까지는 1점~1.5점 사이를 오가지만, 2016년 178/178위(2.3점), 2017년 180/180위(4.9점), 2018년 180/180위(5.8점), 2019년 180/180위(5.9점), 2020년 180/180위(4.2점/100점)로 조금씩 변화를 보이고 있다. 시기적으로 북한이 제7차 당대회를 마치고 경제 부문에 역점을 두던 2016년 이후, 비핵화를 기대하던 2018년 전후의 점수가 대폭 올랐다. 그러나 북한 바로 위 순위의 국가가 20점대인 것과 비교하면 북한의 대외 평가는 최저점 수준이다. The Heritage Foundation, "Index of Economic Freedom," <<https://www.heritage.org/index/download>> (Accessed May 28, 2021).

변화는 북한이 이전과 다른 방식으로 국가 이미지를 관리하고, 세계적인 조류에 따라 미디어 환경 변화에 대응한 것으로 볼 수 있다. 이는 국제적으로 북한의 대외 위상을 긍정적으로 전환하고, 국력을 신장하고자 하는 국가발전 목표와 부합하고 있다. 핵 실험을 일삼는 불량국가에서 역사와 전통, 문화와 예술이 풍부한 국가로 이미지를 바꾸는 것이 정치 브랜드 전략의 핵심이라 할 수 있다.

(2) 뉴미디어 시대의 미디어 활용

현대 사회는 비약적으로 발달한 소셜 미디어와 소셜 네트워크가 삶 전반에 영향을 끼치는 뉴미디어 시대이다. 최근 북한의 대외 선전은 뉴미디어를 적극적으로 활용하는 특징이 있다. 그동안 북한은 미디어 플랫폼의 특성에 상관없이 군사 도발이나 인권 문제가 국제적 쟁점이 되었을 때 공격적인 메시지로 국제사회에 대응해 왔다. 호전적인 국영 언론의 기조를 일방적으로 전달하는 대외 선전은 북한을 비합리적이고 비정상적인 국가로 인식하는 데 일조했다. 그러나 2019년 이후 북한의 뉴미디어 채널은 이전과 달리 부드러운 방식으로 대외 선전에 주력하고 있어 이전과 다른 움직임을 보여주고 있다.

북한은 대내 선전에 신문과 텔레비전, 잡지와 같은 일반 미디어(old media)를 주로 활용한다. 손전화기(휴대폰)의 미디어 애플리케이션 또한 메시지의 권위를 보장하는 일방향(one way) 수직(top-down) 방식을 사용하고 있다. 뉴미디어를 활용한 대외 선전 또한 기존에는 플랫폼 특성을 이해하지 않은 채 일방적이고 폐쇄적인 내용 전달이 중심이었다. 뉴미디어는 양방향 수평(interactive) 방식을 사용하여 콘텐츠 생산자와 사용자가 메시지에 함께 참여하고 공유하는 특성이 있다. 일상과 문화적 활력을 브이로그(vlog) 형식으로 제작한 콘텐츠는 뉴미디어의 특성을 이해하고 적용한 것으로 보인다.

북한의 뉴미디어 콘텐츠는 이전과 다른 방식으로 북한의 자국 이미지를 구성하고 있다. 국가 이미지는 국가에 대한 많은 정보와 이미지들이 다양한 경로를 통해 노출됨에 따라 국가경쟁력을 결정하는 중요 변수이다.²¹⁹⁾ 대중들은 정치 이벤트나 심지어 최근 영화나 뉴스 방송의 영향을 받고,²²⁰⁾ 세계가 그 국가를 바라보고 대하는 방식을 결정하기 때문에 이미지 관리를 필요로 한다.²²¹⁾ 이는 북한이 국가 이미지 관리를 넘어 국가의 품격을 높이고 국제적인 경쟁력을 갖추도록 하는 국가 브랜딩의 단초가 될 수 있다.²²²⁾ 대외적으로 북한의 세계 인지도와 국가지수가 약간의 상승세를 보인 시기는 북한이 뉴미디어로 국가 이미지를 관리하던 시기보다도 맞물려 있다.

따라서 최근 북한의 뉴미디어 활용은 긍정적 국가 이미지를 형성하여 경쟁력과 국익을 위한 토대를 형성하려는 목적에 의한 것으로 볼 수 있다. 이에 대한 논의는 다음 항에서 자세히 살펴보고자 한다.

219) 정가영, “미디어 변화에 따른 국가브랜딩의 재개념화 및 새로운 패러다임 전환에 관한 연구,” 『한국콘텐츠학회논문지』, 제20권 1호 (2020), pp. 165~176, 재인용: 이효복·김유경·오혜라, “국가에 대한 경험 방식과 지식이 국가이미지와 전반적 평가에 미치는 영향에 관한 연구,” 『국제지역연구』, 제25권 1호 (2021), p. 100.

220) 이창현, 『국가브랜드와 한류』 (파주: 한국학술정보(주), 2011), p. 21.

221) 사이몬 안홀트, 김유경 역, 『국가 브랜드 국가 이미지』 (서울: 커뮤니케이션북스, 2003), p. 167.

222) 한국은 2009년에 국가적 차원에서 한국의 국제적 위상을 높이고 국가 브랜드를 체계적으로 관리하기 위해 국가 브랜드위원회를 출범했다. 2013년에 폐지되었지만 시장에서 소비자가 브랜드를 보고 물건을 선택하듯 해외에서 ‘대한민국’이라는 국가 브랜드를 보고 우리 국민이나 기업의 제품, 서비스의 가치를 평가하는 기준이 된다는 관점은 국가 브랜드 관리가 국제적인 경쟁력과 국가의 품격을 제고하는 주요 요소임을 보여준다. 국가브랜드위원회, “국가브랜드란,” <<http://17koreabrand.pa.go.kr/gokr/kr/cms/selectKbrdCmsPageTbl.do?cd=0158&m1=1&m2=1>> (검색일: 2021.5.17.).

나. 대외적인 국가 이미지 전략

(1) 뉴미디어를 활용한 국가 이미지 선전

오늘날 기술 혁신과 융합의 시대가 되면서 미디어 부문에서도 변화가 일어났다. 현존하는 미디어에 신기술을 더한 뉴미디어는 텍스트보다 이미지가 강력하게 소비되는 시대를 반영하고 있다. 테크놀로지 혁신은 일방적 정보 전달에서 상호작용 환경을 촉진하며 정보의 내용과 형식, 데이터 전달 방식에도 영향을 주었다. 음향, 영상, 문자를 통합하는 뉴미디어 플랫폼 가운데 가장 우세한 것은 유튜브이다.

북한에서도 유튜브는 매력적인 대외 선전 플랫폼이다. 북한이 유튜브를 이용하던 초기에는 신문과 텔레비전이 정보를 송출하는 방식과 유사하게 선전 플랫폼으로 활용했으나, 오늘날엔 미디어 플랫폼 성격에 맞게 정보의 형식과 내용에도 변화를 주고 있다.

〈표 IV-1〉북한의 유튜브 계정 현황

번호	채널명	개설일	구독자 수	조회수	동영상 수	위치
1	NEW DPRK	2019.10.10.	2,08만 명	1,399,449	74	네덜란드
2	Sam jiyon	2020.1.8.	-	853,022	5,617	러시아

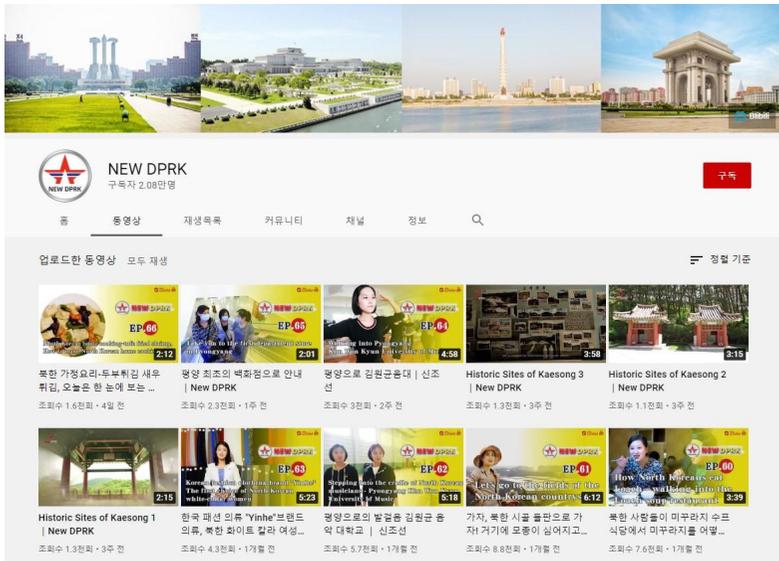
출처: 2021.8.8. 기준으로 저자 작성

북한의 유튜브 활동을 살펴보면, 초기 홍보 채널이었던 <조선의 오늘>과 <붉은별TV>, 영어와 러시아어를 구사했던 유튜버들이 브이로그를 올렸던 <Echo of Truth> 채널은 ‘구글의 서비스 약관 위반’을 이유로 삭제조치 되었다. 2021년 8월 8일 기준으로 확인되는 북한의 유튜브 채널은 <Sam jiyon>과 <NEW DPRK>이다.

2019년 당 창건일에 개설된 <NEW DPRK> 채널은 2021년 8월 8일 기준으로 2.08만 명 구독자를 보유하고 있다. “Welcome to subscribe

New DPRK, here we will upload videos of daily life in DPRK”이라고²²³⁾ 채널을 소개하고 있으며, 세 명의 메인 유튜버가 브이로그 등의 형식을 활용해 북한의 일상, 예술, 축전, 문화체육시설 등을 소개하고 있다.

〈그림 IV-1〉 NEW DPRK 유튜브 채널



출처: NEW DPRK 채널, “NEW DPRK 채널설명,” <https://www.youtube.com/channel/UcKtAYwdwHNQn4JqwbF8i_pg/videos> (검색일: 2021.8.8).

〈NEW DPRK〉 채널은 평양에 사는 7살 어린이의 일상을 브이로그로 담은 ‘리수진의 1인 TV’를 비롯해 국가 시책 선전과 지도자 찬양을 주요 내용으로 구성하고 있다. 모란봉 서광식당에서 햄버거 먹기, 창광원에서 머리하기 등을 콘텐츠로 제작하여 북한의 변화를 일상 중심으로 홍보한다. 영어, 중국어 등을 자막으로 지원하고 있다.

223) NEW DPRK 채널, “NEW DPRK 채널설명,” <https://www.youtube.com/channel/UcKtAYwdwHNQn4JqwbF8i_pg/about> (검색일: 2021.5.30.).

〈NEW DPRK〉 채널은 영어와 중국어를 자막으로 지원하고 있으며, 중국의 동영상 플랫폼 ‘비리비리(bilibili)’를 추천 링크로 올렸다. 비리비리에선 〈NEW DPRK〉의 중국 버전 〈New DPRK〉를 운영하고 있다.

유튜브 채널에 업로드된 동영상은 영어나 중국어 자막이 주를 이루는데, 이는 북한이 고려하는 주요 시청 대상이 중국인과 영어권 외국인임을 보여준다. 또한, 중국 ‘비리비리’의 북한 채널은 일상과 체험, 관광, 홍보의 성격을 가지고 있다. 유튜브 〈NEW DPRK〉 채널과 거의 유사하게 구성되어 있지만, 비리비리 채널은 유튜브에 없는 콘텐츠도 포함하고 있다. 그중 화장품을 구입하고 피부미용실에서 피부를 관리받는 내용은 중국 웹사이트에서만 볼 수 있다.²²⁴⁾

〈그림 IV-2〉 bilibili의 New DPRK 채널



출처: New DPRK 채널, “bilibili ‘New DPRK’ 채널설명.” 〈<https://space.bilibili.com/95691866?from=search&seid=2944179709217467188>〉 (검색일: 2021.8.8.).

또 하나의 채널은 2020년 김정은 생일인 1월 8일에 개설된 ‘삼지연(Sam jiyon)’이다. 〈Sam jiyon〉은 “Korea, I Will Glorify You / 조선아 너를 빛내리!”²²⁵⁾ 문구로 채널을 소개하고 있다.

224) 하승희, “북한의 유튜브 대외 선전매체 활용 양상.” 『북한학연구』, 제16권 2호 (2020), pp. 187~188.

225) Sam jiyon 채널, “Sam jiyon 채널설명.” 〈<https://www.youtube.com/channel/UCsUzcuvRZmPfJIqPcnmo3xw/about>〉 (검색일: 2021.5.30.).

〈Sam jiyon〉 채널은 조선중앙TV 하이라이트를 주로 올린다. 뉴스를 비롯해 사회문화 상식, 요리, 녹화보도, 소개편집물, 음악과 연극 등의 예술무대, 화면음악, 텔레비존런속극, 영화 등을 망라하고 있다. 〈조선의 오늘〉이나 〈붉은별 TV〉와 같이 폐쇄된 계정이 보유했던 동영상들도 탑재하고 있다.

〈그림 IV-3〉 ‘조선의 오늘’ 핀터레스트 계정



출처: 조선의 오늘 “핀터레스트 메인화면” 〈<https://www.pinterest.co.kr/dprktoday/>〉 (검색일: 2021.8.9).

SNS의 경우 페이스북(Facebook), 인스타그램(Instagram), 텀블러(Tumblr), 플리커(Flickr), 핀터레스트(Pinterest), 사운드클라우드(SoundCloud), 유쿠(Youku) 등에서 〈조선의 오늘〉과 〈우리민족끼리〉가 공식 계정을 운영하는 것이 확인된다.

뉴미디어 채널과 SNS 계정, 해외 사용자를 대상으로 하는 홈페이지가 탑재한 동영상과 이미지는 인민생활 향상을 주제로 한 콘텐츠들이다. 문화체육시설, 관광지, 주요 소비 품목의 변화를 비롯해 주민들의 일상을 담아내며 대외 이미지 쇄신에 주력하고 있다.

북한의 뉴미디어 채널들은 노골적인 체제 선전 방식을 축소하여 북한이라는 국가를 밝고 긍정적으로 전환하는 데 활용되고 있다. 특

히 유튜버들의 브이로그는 짧은 시간에 쉽게 즐길 수 있게 가벼운 볼거리를 제공하는 스낵컬처(snack culture)로²²⁶⁾ 제작된다. 브이로그나 어플리케이션을 활용해 만든 짧고 유쾌한 영상은 자신의 일상과 가치를 동영상으로 제작해 공유하는 MZ세대가 선호하는 문화 트렌드에 부응한다.

북한은 계정이 폐쇄되어도 곧바로 신규 계정을 개설한다. “유튜브 활동이 북한의 새로운 선전 활동의 일환”이라는²²⁷⁾ 점에서 우려가 있으나, 영어와 중국어 등 해외 사용자를 겨냥한 채널 운영의 목적은 국가 이미지를 긍정적으로 알리고, 국제관광의 기반을 준비하기 위한 것으로 여러 가능성을 타진해 볼 수 있다.

(2) 국가상징을 통한 국가 이미지 선전

북한은 대외적으로 보여주고 싶은 이미지 중심으로 대외 선전에 주력해 왔다. 대외 선전 웹사이트에 탑재된 국가상징은 국가의 공식성을 담아 북한이라는 국가를 알리는 기초 작업에 해당한다.

김정은 시대는 법에 규정된 국가상징에 문화상징을 추가하며 국가상징의 영역을 확대했다. 북한 주민들이 국가상징을 통해 애국적 마음과 국가에 대한 자긍심을 갖도록 대중계몽과 선전도 대폭 증가했다. 폐쇄적 국가 이미지를 벗고 정상적이며 개방된 체제 이미지를 대외적으로 부각하려는 노력도 계속되었다. 국가상징으로 확장된 문화상징들은 북한의 문화적, 역사적 정보를 담은 콘텐츠로 주로 게시되었다.

북한의 대표적인 대외 선전 웹사이트인 <조선의 오늘>과 <우리민족

226) 스낵컬처는 책보다 영화에 친숙하고, 글로 쓰는 것보다 영상을 찍는 것이 익숙한 MZ세대가 선호하는 문화 유형이다. 과자(스낵)를 먹듯 시간과 공간에 구애받지 않고 짧게 즐기는 문화 유형을 말한다.

227) “유튜브, 북한 채널 ‘폐쇄’ 지속… 구글 서비스 약관 위반,” 『미국의 소리』, 2021.1.8., <<https://www.voakorea.com/korea/korea-politics/google-closes-nk-youtube-channels>> (검색일: 2021.5.30.).

끼리)에는 로동신문·조선중앙통신·민주조선 등 방송언론, 남산·김책공업종합대학·우리민족강당 등 교육 부문, 조선관광·려명·조선예술 등 내각 산하 기관의 공식 홈페이지들이 추천되어 있다. 이 중에서 국제성을 가진 업무용 웹사이트 <국가해사감독국>, 대외 선전을 목적으로 하는 <내나라>·<류경>·<조선의 오늘> 웹사이트는 국가상징을 별도의 코너로 소개하며 대외적으로 국가의 공식성을 알리고 있다.

<그림 IV-4> 북한의 대외 웹사이트 <국가해사감독국>에 올라온 국가상징 기사



출처: 국가해사감독국, “조선의 국가상징,” (<http://www.ma.gov.kp/index.php/main/article/ko>) (검색일:2021.5.18).

해상 관련 업무를 담당하는 웹사이트 <국가해사감독국>에는 2019년에 북한의 혁명적 기원이라 일컬어지는 백두산을 비롯해 풍산개, 소나무, 목란, 참매를 중심으로 국가상징 기사가 올라왔다. 각각은 생태적 특징과 역사적·문화적으로 민족의 정신과 생활을 대표하는 면모를 중심으로 국가상징의 품격을 설명하고 있다.

북한의 조선컴퓨터센터가 운영하는 포털 웹사이트 <내나라>는 2016년에 두 차례에 걸쳐 개편되었다.²²⁸⁾ 김정은의 활동을 맨 위에 두었던 이전과 달리, 개편된 <내나라>에는 국기가 펄럭이는 대동강변이 전경에 오는 평양을 배치했다. 최근 주요 소식부터 정치, 경제, 무역, 사회, 문화, 역사/민속, 관광 등의 메뉴로 구성되어 있다. <내나라>의 ‘정치’ 코너는 국장과 국기 이미지를 탑재했으며, 국가(國歌)는 악보를 올려두었다.

<그림 IV-5> 북한의 대외 웹사이트 <내나라>에 올라온 국가상징 이미지



출처: 내나라, “국가상징 이미지,” <http://www.naenara.com.kp/main/index/ko/politics?arg_val=leader3> (검색일: 2021.5.18).

228) “북한 웹 사이트 ‘내나라’, 홈페이지 개편,” 『통일뉴스』, 2016.10.1., <<https://www.tongilnews.com/news/articleView.html?idxno=118340>> (검색일: 2021.7.22.).

〈국가해사감독국〉 웹사이트가 상세 설명을 곁들였다면, 〈내나라〉에 탑재된 국화, 국수, 국조, 국견, 국주 등의 국가상징은 별도의 설명 없이 이미지만 올라와 있다. 다른 대외 선전 웹사이트도 국가상징 각론에 대한 언급 없이 사진으로 구성하고 있어 직관적으로 접근할 수 있다.

북한의 중요 언론기사와 평양의 역사와 인물, 명소 등을 소개하는 웹사이트 〈류경〉의 ‘조국개관’ 코너에는 ‘조국의 상징’ 배너 아래 국가상징들을 배치해서 소개하고 있다.²²⁹⁾

〈그림 IV-6〉 북한의 대외 웹사이트 〈류경〉의 ‘조국개관’의 메인화면



출처: 류경 “조국개관” 〈<http://www.ryugyongclip.com/index.php?lang=prk>〉 (검색일: 2021.5.18).

〈류경〉의 ‘조국개관’의 메인화면은 국제적으로 한 국가의 공식성을 표지하는 국호, 국장, 국기, 국가(國歌)를 비롯해 국화, 국어, 국수,

229) 국장(게시일 2016.7.27.), 국기(게시일 2016.10.20.), 국조(게시일 2016.10.21.), 국화와 국수(게시일 2016.10.22.), 국견(게시일 2016.10.23.)이 게시되어 있고, 국주인 평양소주(게시일 2017.6.27.)를 비롯해 국호와 국가(國歌)(게시일 2020.6.2.)가 최종 업데이트 수록되었다. 2018년에 문화상징들이 대대적으로 언론 홍보된 정황에 비춰보면, 대외 홍보사이트에서는 이보다 이른 시기에 상징을 알리는 작업이 이루어진 것이다. 〈<http://www.ryugyongclip.com/index.php?lang=prk>〉 (검색일: 2021.5.18.).

국조, 국건, 국주 등 10종의 국가상징을 한 화면에 담아 배치했다. 국주의 경우 평양소주를 생산하는 대동강식료공장의 전경을 수록하고, 평양소주만 언급되던 국주에 고려술을 더하고 있는 점이 특기할 점이다.

〈그림 IV-7〉 북한의 대외 웹사이트 〈류경〉의 ‘조국개관’에 탑재된 국주 이미지



출처: 류경, “조국개관.” (<http://www.ryugyongclip.com/index.php?lang=prk&type=overview&categ=5&no=10473>) (검색일: 2021.5.18.).

2019년에 전면 개편된 대외 선전 웹사이트 〈조선의 오늘〉 ‘정치’ 코너에는 ‘태양의 손길아래 빛나는 국가상징들’ 배너가 있고, 그 아래 국가상징을 소개하는 ‘소개편집물’이 게시되어 있다.

〈그림 IV-8〉 북한의 대외 웹사이트 〈조선의 오늘〉의 국가상징 소개편집물 영상



출처: 조선의 오늘 “국가상징 소개” (<https://dprktoday.com/multimedia/15348#pos>) (검색일: 2021.5.18.).

소개편집물은 서두에 태양절을 맞아 국가상징을 소개하는 편집물을 제작했다고 밝히고 있다. 국가상징 각론에 앞선 소개말의 자연경

관 배경은 김일성화와 김정일화, 수도 평양이 국화 목란과 어우러져 있다. 국가상징과 지도자를 동일한 위치에 두는 화면 구성이다.²³⁰⁾

〈그림 IV-9〉 북한의 대외 웹사이트 〈조선의 오늘〉의 국가상징 소개편집물 세부



출처: 조선의 오늘 “국가상징 소개” 〈<https://dprktoday.com/multimedia/15348#pos>〉 (검색일: 2021.5.18).

소개편집물 세부에 들어가면 “존엄높은 우리의 국호,” “밝고 아름다우면서도 뜻이 깊은” 국장, “우리 국가의 존엄과 위용을 과시하는” 공화국기, “송고한 조국애를 심어주는” 〈애국가〉, “세상에 자랑높은 우리의” 국어, “인민이 사랑하는 국화” 목란꽃, “민족의 역센 기상이 비긴 국수” 소나무, “민족의 기질을 닮은 국조” 참매, “령리하고 용맹한 우리의 국견” 풍산개, “우리 인민 누구나 좋아하는 국주” 평양소주를 소개하고 있다.²³¹⁾

230) 오른쪽 위에는 김일성을 상징하는 태양이 동쪽에서 떠오르는 모양으로 형상화되어 있으며, 왼쪽 아래에는 김정일화와 김일성화가, 오른쪽 아래에는 국화인 목란이 배치되어 있다. 중앙에는 대동강을 내려다보는 부벽루가 자리하고 있어 북한의 수도 평양을 담고 있다.

231) 조선의 오늘, “국가상징 소개,” 〈<https://dprktoday.com/multimedia/15348#pos>〉 (검색일: 2021.5.18.).

신문과 잡지가 텍스트를 통해 국가상징의 유래와 생태적 특징, 민족문화의 특징과 인민생활과 관련해 상세히 전달한다면, 해외 사용자를 대상으로 하는 웹사이트는 이미지를 중심으로 간단히 전달하는 것에 치중하고 있다. <국가해사감독국>이 2019년에 탑재한 국가상징들은 북한이 공식화한 국가상징의 특징을 요약한 정보를 담고 있으나, 그 외의 웹사이트는 서술을 최대한 생략하고 직관적으로 알아보기도록 안내했다. 그리고 <조선의 오늘>의 편집물은 국가상징의 면면을 한 구절로 압축 제시한 특징이 있다. 또한 ‘관광’ 코너에서 “조선에 대해 아십니까?”를 별도로 구성하여 관광 대상으로 북한을 소개한다. 이때 국가상징은 일종의 관광 광고 역할을 한다.

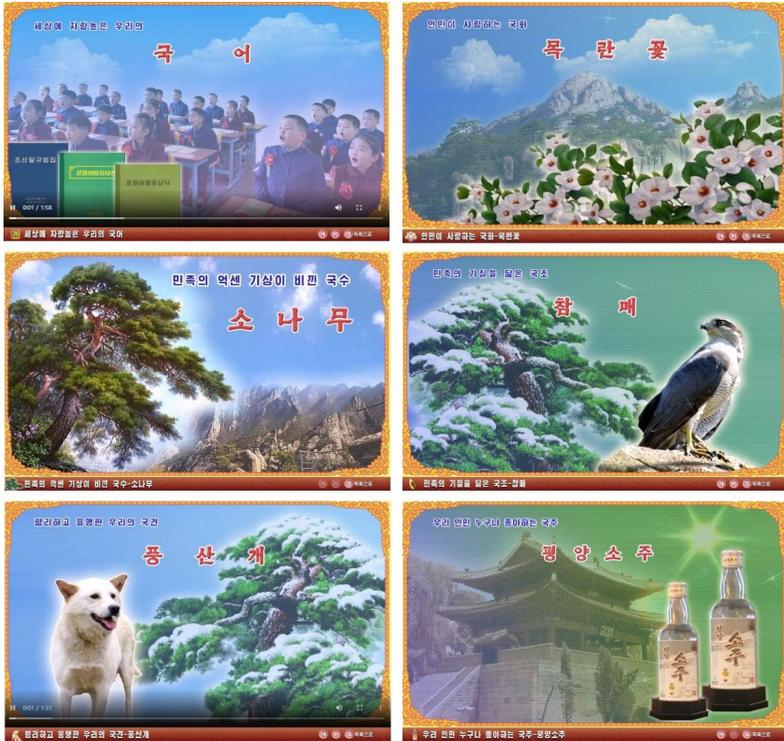
국호는 ‘인민의 나라’를 만든 열병식 이미지를, 국장은 마치 태양과 빛살이 뻗어 나가는 모양을 가운데 두고 있으며, 국기는 한반도가 두드러진 지구본과 은하계 조형을 진달래꽃과 함께 두었으며, 국가(國歌)는 다른 웹사이트와 마찬가지로 악보를 배치했다. 국어는 교실에서 공부하는 학생을 배경으로 조선말과 문화어 관련 교과서를, 국화 목란은 백두산과 소나무를 배경으로 하고 있다. 참매와 풍산개는 소나무를 배경으로, 평양소주는 평양의 대동문을 배경으로 하고 있다. 국가상징 이미지는 자연, 문화, 역사를 담은 표상에 그치지 않고 북한의 혁명 역사를 이중으로 배치했다.

북한은 대내 매체를 통해서도 국가상징의 의미와 의의를 교양하는 작업을 집중적으로 시행하고 대외 매체에서는 한 국가의 정신과 문화, 역사와 환경을 반영하는 국가상징을 게시하는 작업을 계속하고 있다. 특히 국가상징으로 불리지는 않지만, 국가의 매력도를 높이는 문화유산은 중요한 문화자원이자 관광 대상으로 취급되며 대내외 매체에서 홍보 중이다. 의식주 관련한 유산들, 놀이와 예술도 전통과 문화적 깊이를 반영하는 문화적 메타포(cultural metaphor)

로²³²⁾ 제출되고 있다.

국가상징은 대내적으로는 문화적, 정치적, 역사적 자긍심을 고취하는 한편 체제를 유지하는 선전 방법론의 하나로 애국심을 가진 국민 만들기의 한 축으로 읽을 수 있다.

〈그림 IV-10〉 북한의 대외 웹사이트 〈조선의 오늘〉의 국가상징 소개편집물 세부



출처: 조선의 오늘 “국가상징 소개” 〈<https://dprktoday.com/multimedia/15348#pos>〉 (검색일: 2021.5.18).

232) 마틴 개논(Martin J. Gannon)이 규정한 문화적 메타포란 국가의 구성원 대부분이 중요하다고 여기며 동일한 기준으로 삼는 대상, 활동, 문화적 관행을 의미한다. 문화적 메타포란 한 나라를 대표하는 문화코드, 다른 나라와 구별되는 그 나라만의 고유한 문화적 습속이자 존중해야 할 문화적 관습이다. 마틴 개논 지음, 최윤희 외 옮김, 『세계 문화 이해』 (서울: 커뮤니케이션북스, 2002), pp. 23~48 참조.

대외적으로 국가상징을 전면에 내세운 북한은 비합리적, 폐쇄적, 공격적이었던 국가 이미지를 온전하고 합당하게 전환하는 역할을 한다. 특히 대외 선전 매체에 게시된 국가상징은 북한이 문화적, 전통적, 역사적으로 풍부한 문화자원을 가진 나라로 비추게 한다.

(3) 국가경쟁력과 국익을 위한 문화마케팅

북한은 현재 대북제재로 국제무역이 막힌 상태이지만, 향후 글로벌 경쟁에 뛰어들려면 국가 이미지를 효율적으로 관리해 둘 필요가 있다. 글로벌 경쟁에 성공하기 위해서는 정부와 국민 모두 국가의 중요성을 인식하고, 국가의 경쟁력을 업그레이드하기 위해 노력하는 것이 필수적이다. 생존과 국제 경쟁력을 목표로 하는 것은 기업이나 국가 모두에게 동일하다.²³³⁾

북한이 소셜 미디어와 뉴미디어, 웹사이트를 통해 보여주는 이미지들은 국가정체성의 문화적 요소들이다. 특히 해외 고객을 대상으로 북한과의 접촉면을 늘리려는 이러한 시도는 미래의 고객을 확보하는 문화마케팅의 일환이다. 문화마케팅은 기업이 문화와 예술이 지닌 고유의 가치를 기업의 가치와 연결해 소비자에게 긍정적인 이미지를 주고 이를 매개로 기업의 이윤을 극대화하는 것이다. ‘문화를 위한 마케팅(marketing for culture)’이든, ‘문화를 활용한 마케팅(marketing through culture)’이든 기업의 브랜드 가치를 높이는 것이 목적이다.²³⁴⁾ 이를 한 나라로 확대했을 때, 언어, 음악, 스포츠, 건축, 예술 등은 국가정체성의 구성 요소이자 해당 국가의 문화와 정신을 상징한다.

233) Michael E. Porter, “The Competitive Advantage of Nations,” *Harvard Business Review*, March-April (1990), <<https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>> (Accessed June 3, 2021).

234) 전윤경, “브랜드 가치를 높이는 문화마케팅 연구,” 『문화콘텐츠연구』, 제17호 (2019), pp. 129~132.

북한의 유튜브 채널은 일상생활을 브이로그로 찍고, 자연 풍광과 도시의 스카이라인을 영상으로 만들어 올렸다. 더불어 영화와 드라마, 공연예술을 탑재하여 해외 사용자가 북한의 문화예술 콘텐츠를 감상할 수 있도록 했다. 이와 같은 영상물은 북한을 테러와 전쟁 위협의 위험한 국가에서 문화적 매력이 높은 국가로 보여주는 시도이다.

뉴미디어의 출현은 전통적으로 국영 미디어에 의존해 왔던 북한의 선전 전략에도 변화를 불러왔다. 그동안 서구 언론은 핵무기와 인권 문제에 초점을 맞춰 북한을 보도해왔지만, 최근에는 유튜브나 트위터(Twitter)에서 그동안 상상하지 못했던 북한의 일상과 여가를 마주하게 되었다. 이 같은 영상은 ‘독재자가 지배하는 가난하고 궁핍한 나라’ 또는 ‘자유가 없는 나라’라는 고정관념을 없애려는 북한의 시도 중 하나로 볼 수 있다.²³⁵⁾ 북한이 대외 선전 웹사이트와 뉴미디어를 활용하는 맥락도 여기에 있다.

국가경쟁력과 국익을 위한 뉴미디어 전략은 공공외교를 위한 콘텐츠 개발과도 관련되어 있다. 이미 세계의 많은 나라들이 뉴미디어를 자국의 매력을 홍보하는 공공외교의 장으로 활용하고 있다. 공공외교는 타국의 대중들과 기관에 자국의 정보를 제공하고 이해시켜 잘못된 인식과 오해를 없애며 중장기적으로 국가 브랜드 이미지를 증진하는 역할을 한다.²³⁶⁾

북한은 공공외교의 자원이 되는 국가 차원의 소프트파워가 없고, 수용자들과 양방향으로 상호작용하여 대중의 마음을 사로잡겠다는

235) Anthony Kuhn, “North Korea Makes A Push to Reach Foreign Audiences on YouTube And Twitter,” *NPR NEWS*, August 12, 2020, <<https://www.npr.org/2020/08/12/901017310/north-korea-makes-a-push-to-reach-foreign-audiences-on-youtube-and-twitter?t=1601040123248&t=1602775480410>> (Accessed 3 June, 2021).

236) 최용석·김효미, “소셜 미디어를 이용한 공공외교가 국가이미지와 국가 브랜드에 미치는 영향에 관한 연구,” 『한국콘텐츠학회논문지』, 제16권 3호 (2016), p. 427.

공공외교에 대한 인식도 희박하다.²³⁷⁾ 그러나 뉴미디어 채널의 콘텐츠들, 조명축전과 같은 공연예술은 향후 북한의 이미지를 개선하는 공공외교의 단초가 될 수 있으며, 국가경쟁력과 국익을 위한 브랜드 역할을 할 수 있다. 특히 디지털 기술을 집약한 조명축전은 평양을 랜드마크로 한 새로운 관광 상품의 가능성이 있는 콘텐츠이다. 이에 대해서는 다음 항에서 살펴본다.

다. 조명축전의 첨단 국가이미지

김정은 시대 새롭게 선보인 미디어 아티이자 디지털 아트인 조명축전은 2020년 10월 조선노동당 창건 75주년 기념 경축공연으로 <빛의 조화>를 선보인 이후 2021년 4월 태양절 경축공연으로 다시 개최되었다.

<빛의 조화>는 “황홀한 빛의 예술”로서 “3차원다매체와 다통로다중투영기술로 평양제1백화점의 건물벽면에 대형화상들을 이채롭게 펼친 조명축전”이며,²³⁸⁾ 미디어 파사드 형식이다. 미디어 파사드는 건축 벽면을 스크린으로 활용하여 “건물벽면의 광학적특성을 활용한 점과 선의 정밀형상”을²³⁹⁾ 구현한 디지털 아트이다. 프로젝터를 이용해 빛을 투사하는 미디어 파사드는 지역의 랜드마크 건축물을 스크린으로 활용하는 특징이 있다.

75주년 당창건기념 <빛의 조화-2020>은 김정은 시대 지식경제시대를 직관적으로 보여주는 성과를 빛의 이미지로 담았다. 빠르고 경쾌한 전자음악을 중심으로 한 배경 음악과 이미지에 알맞은 효과음은 관객들이 공연에 몰입하도록 이끈다.

237) 성기영, “평양발 공공외교를 상상하기,” 『전략노트』, 2021-7호 (2021), p. 4.

238) “조선로동당창건 75돐을 경축하여 조명축전 <빛의 조화-2020>이 시작되었다.” 『로동신문』, 2020.10.7.

239) 위의 글.

〈그림 IV-11〉 당창건 기념 〈빛의 조화-2020〉 지식경제시대 이미지



출처: Sam jiyon 채널, “[특화실황] 조명축전 <빛의 조화-2020>,” <<https://www.youtube.com/watch?v=QS5jdreP8io>> (검색일:2021.6.10.).

인민대학습당, 과학기술전당에 이어 등장하는 주체철, 전철, CNC, 새형의 트랙도르, 궤도와 무궤도전차, 그리고 탄소하나와 같이 국산화에 성공한 제품들은 대북제재 속에서 이룬 성과를 과시한다. 자력갱생과 자급자족의 산물들은 “관중들에게 우리의 것에 대한 자부심”을²⁴⁰⁾ 안겨주는 이미지들로 조명축전의 중요 콘텐츠를 구성하고 있다. 이어 황금빛 벼이삭, 쏟아져 내리는 과일, 물고기, 토끼 종축장 등 풍요로운 먹거리와 백화점에 전시된 소비품은 인민생활 향상을 구성하고 있다.

〈그림 IV-12〉 당창건 기념 〈빛의 조화-2020〉 인민생활 향상의 이미지로 제시된 평양제1백화점과 소비품들



출처: Sam jiyon 채널, “[특화실황] 조명축전 <빛의 조화-2020>,” <<https://www.youtube.com/watch?v=QS5jdreP8io>> (검색일:2021.6.10.).

240) 위의 글.

평양제1백화점은 철골 단계에서 건축 과정을 보여준 다음 화장품, 의류, 주방용품, 가전제품, 학용품, 식료품 등의 소비품이 내부를 채운다. 백화점 내부에 쌓인 다종다양한 물품들은 물질에 대한 소비욕구를 담고 있으며, “백화점의 현대화 현상을 통해 나라가 발전하는 것으로 인식”하는²⁴¹⁾ 경제부흥을 상징적으로 보여준다. 그리고 평양에육원을 시작으로 체육시설, 문화시설, 오락시설 등이 투사된다. 인민생활 향상을 위한 시책의 결과물은 김정은 시대의 문화복지를 종합적으로 전시했다.

〈그림 IV-13〉 당창건 기념 〈빛의 조화-2020〉 수해복구와 피날레



출처: Sam jiyon 채널, “[록화실황] 조명축전 <빛의 조화-2020>.” <<https://www.youtube.com/watch?v=QS5jdreP8io>> (검색일:2021.6.10.).

〈빛의 조화-2020〉의 절정은 수해와 복구 부분이다. 수도당원사단의 수해복구, 살림집 건설은 당창건 75주년에 맞춰 대대적으로 홍보한 일심단결의 상징이었다. 그리고 이어진 마지막으로 임립한 국기로 피날레를 장식한다. 국기는 국가의 이름으로 행한 모든 문명의 업적과 산물들, 자연재해에 맞선 일심단결을 종합하는 메시지이다. 즉, 국기라는 국가상징 아래 김정은 시대의 성과들을 재현하고 압축한다고 할 수 있다.

대집단체조와 예술공연과 같이 인적, 물적 자원을 대단위로 동원하지 않고 성황리에 마칠 수 있었던 조명축전은 2021년에 태양절 기

241) 박희진, “평양의 백화점과 도시 이미지 판매전략,” 『아태연구』, 제28권 1호 (2021), p. 118.

념으로 재차 공연되었다.²⁴²⁾ 2021년의 조명축전은 태양절 기념이라는 성격에 맞게 김일성과 관련된 혁명 역사를 국가상징과 함께 제시하되, 현재의 발전상을 보다 집중적으로 형상화했다.

태양절 기념 〈빛의 조화-2021〉은 혁명역사로 ‘소나무’와 ‘지원(志遠)’을 먼저 제시한다. 소나무는 국수이지만, 김형직을 의미하는 ‘지원(志遠)’과 결합해 국가의 기원이 김일성 가계에 있음을 분명히 했다.

소나무 다음에 등장하는 개선문은 김일성의 평양 입성을, 평양중은 ‘해방의 종소리 울린다’는 글자와 함께 “새조선의 탄생”을²⁴³⁾ 의미한다. 당기, 군기, 국장은 국가의 공식적 상징이자 기원으로 등장하며 북한의 건국사를 명시한다.

〈그림 IV-14〉 태양절 기념 〈빛의 조화-2021〉의 국가상징



출처: Sam jiyon 채널, “태양절경축 조명축전 <빛의 조화 2021>,” <<https://www.youtube.com/watch?v=w377JWYwR34>> (검색일: 2021.6.10.).

한편, 2021년의 태양절 기념 조명축전은 2020년과 달리 문자를 명시하여 직접적으로 메시지를 전달하는 특징이 있다. 제8차 당대회에서 제출된 ‘3대이념’인 이민위천, 일심단결, 자력갱생이 카드섹

242) Sam jiyon 채널은 태양절 기념 조명축전을 요약적으로 제시하는 동영상과 UCC로 편집된 동영상 두 편을 각기 탑재했다. 이 두 건을 종합하면 태양절 기념 조명축전이 어떻게 구성되었는지 열개가 잡힌다.

243) “평양중,” 『메아리』, <<http://arirangmeari.com/index.php?t=culture&no=664>> (검색일: 2021.6.17.).

선 효과를 동반해 등장한다. 연이어 8차 당대회가 제시한 ‘국가경제 발전 5개년전략’의 5개 중심과업이 해당 분야에 어울리는 그래픽과 함께 파노라마로 엮어 나온다.

2021년 조명축전은 UCC로도 제작된 특징이 있다. UCC 〈빛의 조화-2021〉은 김일성 부분은 짧게 제시하고 김정은 시대에 초점을 맞춰 세련되게 편집한 것이 특징이다. UCC는 ‘백두산 천지’를 먼저 보여준 다음 해방기에 김일성의 입성을 상징하는 개선문과 새로운 국가의 시작을 알리는 평양중, 민주개혁 당시 토지개혁 등을 통해 건국사를 압축했다. 반면에 8차 당대회와 관련해서는 3대 이념만 빠르게 제시하고, 대부분 김정은 시대의 인민생활 시책들을 과시하고 풍요로운 북한의 이미지를 보여주는 데 주력하고 있다. 인민생활 항상 시책들은 2020년 조명축전에서 사용된 이미지 대부분을 그대로 사용했다.

〈그림 IV-15〉 태양절 기념 UCC 〈빛의 조화-2021〉 화면에 비친 평양과 조명으로 구현된 도시 야경



출처: Sam jiyon 채널, “[UCC] 빛의 조화-2021,” 〈<https://www.youtube.com/watch?v=EwBGA6kXm3w&t=3s>〉 (검색일: 2021.6.10.).

〈빛의 조화-2021〉은 김일성 탄생을 경축하는 공연이었음에도 당기, 군기, 국장으로 국가 창건을 제시하여 국가의 공식성을 통해 체제의 정통성을 보여주려고 한 특징이 있다. 즉 유일지배체제를 반영하는 이미지는 거의 누락하고 있으며 대북제재와 감염병 팬데믹 같은 최악의 상황에도 현재의 발전상과 미래에 대한 낙관적 희망을 담아낸 것이 핵심이라 할 수 있다.

라. 국가상징의 정치 브랜드 전략

김정은 시대는 다양한 미디어를 활용해 국가 이미지를 이전과 다르게 보여주려는 특징이 있다. 이는 문화적 전통과 역사를 반영한 국가상징을 통해 매력적인 국가 이미지를 형성하고자 하는 재브랜딩 시도라 할 수 있다.

뉴미디어 채널과 소셜 미디어 계정, 해외 사용자를 대상으로 하는 대외 선전 웹사이트는 최근의 북한 모습을 생동감 있게 담아내고 있다. 고난의 행군기 때 해외 언론이 송고한 극한으로 궁핍한 모습, 미사일과 핵 실험이 주는 위협적 이미지는 사라진 것처럼 보인다.

대외 선전의 양상은 2017년에서 2018년 사이에 극적으로 전환되었다. 이를 상징적으로 보여주는 것이 우표이다. 북한의 국가우표발행국은 2017년 11월 29일 핵 무력 완성 선언을 이끌었던 ICBM ‘화성-15’ 발사 성공을 자축하는 기념우표첩을 발행했다.²⁴⁴⁾ 2017년까지 핵과 미사일은 북한의 국가 이미지를 형성하는 브랜드 역할을 했다. 그러나 2018년부터 군사주의적 색채 대신 국가상징과 문화적, 자연적, 전통적 가치를 담은 우표 발행이 주를 이루었다.

핵 무력을 “자력자강의 동력”으로²⁴⁵⁾ 삼아 경제발전에 총력을 기울이겠다고 선언한 2018년에는 현대화, 정보화, 과학화를 바탕으로 모든 부문에서 세계화를 지향했다. 현재 북한이 운영하는 것으로 확인되는 대외 선전 웹사이트와 뉴미디어 채널들은 이 시점 이후에 개설된 것들이다.

유튜브 채널의 브이로그 동영상은 인민생활 향상을 간접적으로 체험할 수 있도록 구성되어 있다. 이는 위협적인 군사주의 국가, 가난한 저개발국이라는 북한에 대한 고정관념을 상쇄하여 대외적인

244) 조선우표사, 『국가핵무력완성의 역사적대업 실현』 (평양: 조선우표사, 2017).

245) “신년사,” 『로동신문』, 2018.1.1.

국가 이미지를 긍정적으로 개선하는 전략으로 읽을 수 있다. 국가 이미지의 개선은 “국제적범위에서 나라와 민족들사이의 경제지리해 관계를 반영”하는²⁴⁶⁾ 대외 관광 시장 체계의 본격화를 내포한다.

북한의 미디어 활용은 곧 국가 이미지를 개선하는 정치 브랜딩과 관련되어 있다. 이는 다음 세 가지 측면에서 살펴볼 수 있다.

첫째, 뉴미디어 채널을 공공외교의 장으로 활용해 국가 이미지를 긍정적으로 전환하려는 전략이다. 뉴미디어 콘텐츠는 북한의 의도와 시각이 기술적으로 구현된 결정체로서, 향후 공공외교의 맹아가 될 수 있다.²⁴⁷⁾ 북한의 뉴미디어 활용은 소셜 미디어 공간이 국가의 매력을 알리기 좋은 수단이라는 점을 북한이 인지하고 있음을 보여준다.

둘째, 국제사회에서 북한을 정상국가로 보이도록 견인하는 이미지 전략이다. 플랫폼의 성격과 뉴미디어 문법에 맞게 제작된 콘텐츠, 특히 유튜브에 집중되는 대외 선전은 대북제재에도 북한 체제가 안정되어 있고 견재함을 과시하여 정상국가로 보이도록 견인한다.²⁴⁸⁾

셋째, 국가 이미지를 개선하여 경쟁력을 높이고, 이를 통해 국익을 증진하려는 전략이다. 긍정적인 국가 이미지는 향후 대외 무역이나 관광에 유리하게 작용할 수 있기 때문이다.

지금까지 살펴본 대외적인 국가 이미지 선전을 중심으로 북한의 정치 브랜드 전략을 정리하면 다음과 같다.

246) 박은경, “대외관광시장체계의 구조와 기능,” 『경제연구』 3호 (2018), pp. 49~50.

247) 박성호·이화준·김용호, “북한은 유튜브를 통해 무엇을 말하는가?—주제 분석과 텍스트마이닝 기반 분석을 중심으로,” 『북한연구학회보』, 제25권 1호 (2021), p. 131.

248) 유튜브를 활용한 북한의 대외 선전에 주목한 연구는 다음을 참조할 수 있다. 박성호·이화준·김용호, “북한은 유튜브를 통해 무엇을 말하는가?—주제 분석과 텍스트마이닝 기반 분석을 중심으로”; 서정호·전수진, “유튜브를 활용한 북한의 프로파간다 이미지 변화 연구,” 『커뮤니케이션디자인학연구』, 제74호 (2021); 하승희, “북한의 유튜브 대외 선전매체 활용 양상”; 박한우, “북한 유튜브 채널 분석- ‘조선의 오늘’에 대한 이용자 반응과 텍스트 분석,” 『Journal of the Korean Data Analysis Society』, 제20권 5호 (2018).

첫째, 북한을 밝고 긍정적이며, 발전된 국가로 선전하고자 하는 것이다. 먼저 노골적인 체제 선전 방식을 축소한 대신, 일상과 아름다운 자연풍광을 통해 평화로운 국가 이미지를 보여준다. 스카이라인을 채운 도시는 낙후된 저개발국가의 오명을 벗고 대북제재에도 발전을 이룬 국가로 과시되고 있다.

둘째, 국가상징을 통해 국가의 공식성을 국제적으로 높이고자 한다. 국가상징은 북한 정부의 합법성을 나타내며, 호전적인 독재정권이 아니라 사회주의 국가의 정체성을 담고 있다.

셋째, 국제적 경쟁력을 가진 국가 이미지를 통해 국익을 창출하고자 한다. 문화적, 전통적, 역사적 맥락과 결합된 국가상징은 문화자원이 풍부한 나라로 북한을 마케팅한다.

종합해서, 대외 선전 웹사이트의 국가상징 소개는 정상국가의 공식성을 대외적으로 알리는 움직임이라 할 수 있다. 소셜 미디어의 브이로그 콘텐츠는 대북제재에도 불구하고 안전하고 평화롭게 영위되는 일상을 보여주며, 공공외교로 활용할 수 있는 조명축전은 북한의 매력도를 높이는 시도라고 할 수 있다. 이 같은 북한의 미디어 활용은 국가 이미지의 긍정적 전환을 위한 토대이자, 국가경쟁력과 국익 향상을 위한 것이다.

2. 국가상징의 경제 브랜드 전략

이 절에서는 국가상징을 활용하는 경제 브랜드 전략을 분석한다. 김정은 시대가 강조하는 것은 인민생활 분야이다. 국가상징을 브랜드 엠블럼으로 시각화하여 국가의 정체성과 위상을 강화하고, 국가상징을 디자인에 적용하는 산업미술 정책을 중시하며, 일상 생활용품의 브랜드 다각화를 추진하는 것에 주목한다. 특히 ‘인민이 좋아

하는’, ‘인민생활 향상’을 강조하는 포스터에는 구체적인 상품을 사실적으로 노출하고 있다. 한눈에 알 수 있는 새로운 상품의 라인업 중에서 국가상징과 관련한 브랜드도 상당하다. 이 절에서는 국가상징의 브랜드 확장성을 분석하여 경제 부문에서 어떤 전략적 함의를 갖는지 살펴보도록 한다.

가. 국가상징과 브랜드 디자인

(1) 김정은 시대 산업미술 정책과 브랜드 디자인

북한 미술의 종류는 회화, 조각, 공예, 출판미술, 영화 및 무대미술, 건축장식미술, 산업미술, 서예 등 여덟 개의 장르로 나뉘어 구분된다. 이 중에서 ‘강성대국’, ‘강성국가’의 구호를 시각적으로 실현하는 수단은 산업미술, 특히 경공업 위주의 생필품 상표와 포장이다.

김정일의 “미술론”에 따르면 산업미술은 “공업제품과 생활환경을 아름답고 편리하며 쓸모 있게 만들고 꾸리기 위한 도안을 선행시켜 주는 미술”로, “형식은 사회주의적, 내용은 민족적”이라는 주체사실주의 예술의 원칙을 따라야 한다.²⁴⁹⁾

산업미술은 공업미술, 의상미술, 상업미술로 나뉘고, 이 가운데 상품의 포장과 상표도안은 상업미술에 해당한다. 상업미술은 일반 주민들의 생활용품과 직결된 일상적 생활 시각콘텐츠다.²⁵⁰⁾ “상업미술은 상품유통과 상품실현을 촉진시키며 상품에 대한 수요자들의 구미를 돋구는데 이바지한다”²⁵¹⁾ 김정일의 언급을 인용한 로동신

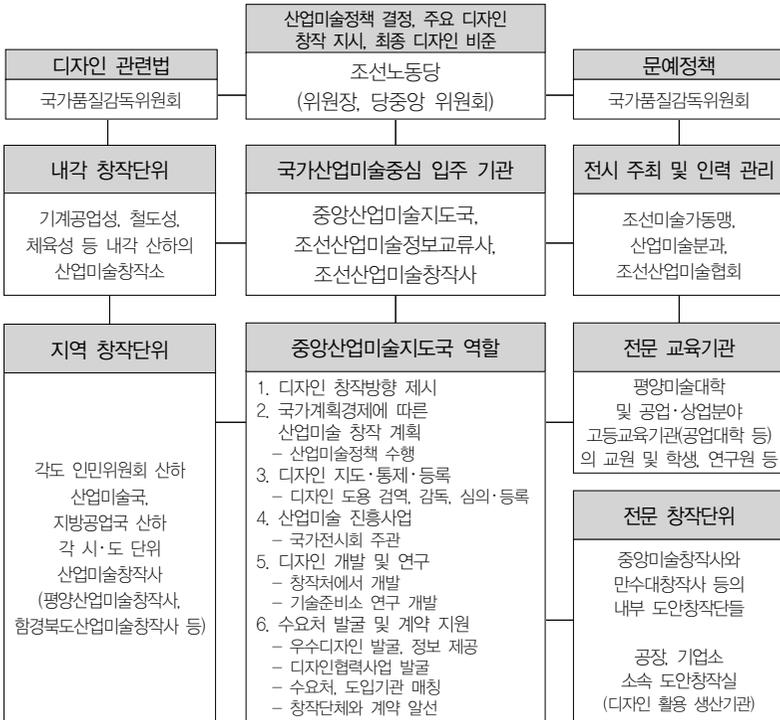
249) 김정일, “미술론,” 『김정일선집 12』 (평양: 조선로동당출판사, 1997), p. 167.

250) “미술론”에서는 ‘포장은 상품의 질을 유지하며 상품의 이동과 판매를 실현하는데서 큰 작용을 할 뿐 아니라, 인민대중에 대한 봉사과 다른 나라와의 무역을 전제로 하는 것인만큼 알뜰하고 맵시 있게 하여야 한다’고 서술되어 있다. 공업미술은 기계설비도안, 의상미술은 의상도안을 뜻하며, 주체적인 입장에서 발전시켜야 한다고 설명하고 있다. 김정일, “미술론,” pp. 167~174.

문 기사에서는 상표가 상품의 미적 가치를 높여주고 구매자들에게 상품의 안전성과 정확성을 담보하는 신용표식이라고 강조한다.

산업미술은 2004년 평양미술대학 산업미술학부가 경제발전 공로로 '3대혁명 붉은기'를 받으면서 주목받기 시작했다. 이를 시작으로 산업미술 교육시스템이 체계적으로 정비되고 이를 총괄하는 기구가 독립적으로 설립되는 등 산업미술의 중요성이 점차 높아졌다. 그러나 김정은 집권 이전까지 산업미술은 다른 미술 분야에 비해 큰 존재감이 없었다.

〈그림 IV-16〉 2012년 이후 중앙산업미술지도국 업무와 관련 기관, 단체 관계도



출처: 최희선, 『북한에도 디자인이 있을까?—북한산업미술 70년(2000~2018)』 (서울:도서출판 담디, 2020), p. 224.

251) 평양미술대 박사 박철룡, “상업미술과 그 역할,” 『로동신문』, 2017.2.10.

산업미술이 본격적으로 중요성을 갖기 시작한 것은 김정은이 후계자로 부상한 2010년 중앙산업미술지도국이 신설되면서부터이다.²⁵²⁾ 이 기관은 명실상부한 산업미술 핵심 기구로서 북한의 산업미술 정책의 거의 모든 부분을 주관하고 창작사들의 도안을 관리, 지도하며 출판과 전시 등의 사업을 총괄한다. 같은 해에 산업미술을 가르치는 고등교육기관인 평양인쇄공업대학에 공업 및 상업도안을 창작할 전문가를 양성하는 산업미술학부가 설립되어 컴퓨터 설계 프로그램 CAD/CAM(Computer Aided Design/Computer Aided Manufacture) 강좌를 비롯한 다양한 산업미술 강좌가 개설됐다.²⁵³⁾

2012년 4월에는 우리의 국립디자인센터에 해당하는 국가산업미술중심이 준공되었다. 이 건물에 중앙산업미술지도국을 비롯해 조선산업미술정보교류사, 조선산업미술창작사가 입주하여 산업미술을 총괄하고 있다.²⁵⁴⁾ 조선산업미술창작사는 세 개의 창작단으로 구성되어 있다. 제1창작단은 기계류의 공업도안, 제2창작단은 의상도안, 제3창작단은 식품과 일상생활과 관련된 경공업 부문 도안을 담당한다. 북한의 상표등록과 검열을 담당하는 사무국도 국가산업미술중심에 속해 있다.

산업미술 분야에서의 표현 방식도 김정은 집권기에 와서 크게 달라지고 있다. 김정일 시대에는 주체사실주의적 그래픽의 조선화적 표현 방식에 충실했다. 2018년(2.23.~5.13.) 영국에서 열린 북한 그래픽 전시회 <Made in North Korea: Graphics From Everyday Life in the DPRK>에서는 김정일의 집권 기간이었던 1993년부터 2005년까지 북한의 일상생활 상품의 상표와 우표, 출판물 등의 도안이 전시된 바 있다.

252) 2010년에 신설된 중앙산업미술지도국은 2019년에 중앙산업미술국으로 개칭되었다.

253) 최희선, “북한산업미술(디자인)의 최근 변화: 김정일-김정은 집권 시기 매체에 소개된 디자인 사례 비교를 중심으로,” 『통일부 신진연구자논문집』 (서울: 통일부, 2015), p. 761.

254) “국가산업미술전시회 개막,” 『로동신문』, 2012.4.11., 6면.

상품의 내용물을 사실적 조선헌 기법으로 정확하게 묘사한 상표는 굳이 개봉하지 않더라도 어떤 상품인지 인지할 수 있을 정도로 사실적이다. 고난의 행군 시기에 어려웠던 경제적 상황에서 상표도안들은 대부분 컴퓨터그래픽을 거치지 않고 수작업해서 인쇄된 것으로 보인다.

〈그림 IV-17〉 2018년 영국에서 개최된 북한 그래픽 전시회의 북한 상표



출처: Nicholas Bonner, *Made in North Korea Graphics From Everyday Life in the DPRK* (London: Phaidon Press, 2017), p. 62.

이에 비해 김정은 시대인 2012년 이후의 산업미술 도안은 조선헌의 기법 중 일부인 단 붓을 기본으로 하면서 점차 컴퓨터 사용을 확대한 것으로 관찰된다. 2017년 7월 17일 유튜브 <조선의 오늘>에 게시된 조선중앙TV의 <자랑스러운 창조의 척후병들-조선산업미술창작사>는²⁵⁵⁾ 차량과 기계 도안에 컴퓨터를 사용하는 산업미술 창작

255) “자랑스런 창조의 척후병들-조선산업미술창작사,” 2017.2.17. 게시, <<https://www.youtube.com/watch?v=YTtw0bz7xVE>> (검색일: 2019.2.13.).

가들을 소개하고 있다. 이에 비해 식품을 비롯한 경공업 제품에서는 사실적 표현을 위해 수작업으로 창작한 사실적 조선화풍 도안이 상당 부분 이용되고 있었다.

〈그림 IV-18〉 조선산업미술창작사의 디자인 도안 모습(좌)과 미림승마구락부 마크(우)



출처: 조선의 오늘, “자랑스런 창조 의 척후병들-조선산업미술창작사.” <<https://www.youtube.com/watch?v=YTTw0bz7xVE>> (검색일: 2019.2.13.).

김정은 시대에는 김정일 시대와 같은 사실적 채색 조선화보다 좀 더 간결하고 세련된 상표와 도안이 선보이는 추세지만, 이 또한 조선화적 표현기법에 뿌리를 두고 있음을 강조한다. 김정은이 2017년 태양절국가산업미술전시회 현지지도에서 높은 평가를 내린 것으로 알려진 미림승마구락부 마크 도안을 창작한 최서우 중앙산업미술지도국 부원은 “조선화의 단붓질 방법”으로 창작했음을 강조했다.²⁵⁶⁾ ‘경제건설과 인민생활향상의 척후대’라는 군사적 용어까지 써가며 산업미술의 중요성을 강조한 김정은 시대는 산업미술을 중시하는 정책을 폈다. 김정은의 ‘척후대’ 언급 이후 중앙산업미술국 조선산업미술정보교류사는 인터넷 홈페이지 이름을 ‘척후대’로 명명하기도 했다.²⁵⁷⁾

256) “사회주의 문명국 건설에 이바지한 산업미술 도안들-2편,” 『조선중앙TV』, 2017.5.9.

257) “홈페이지를 통해 보는 오늘과 래일,” 『로동신문』, 2020.6.27.

김정은은 최근 “상표는 제품의 얼굴입니다. 상표를 시대적 요구에 맞고 사람들의 마음을 끌 수 있게 잘 만들어야 제품이 돋보이고 빛이 납니다”라고²⁵⁸⁾ 언급한 바 있다. 한 마디로 상표는 매우 세련된 기교를 가진 말 없는 판매원이라면서 “기업들 호상간 상품경쟁은 결국 상표의 광고선전기능에 의해서 좌우”되는²⁵⁹⁾ 상표, 즉 브랜드의 중요성을 강조했다. 또한, “경제발전은 산업미술의 발전을 전제로 한다”고 산업미술의 중요성을 언급하며 “인민들의 생활상요구와 미적 지향이 날로 높아가고 있는데 맞게 산업미술발전이 이뤄져야 한다”고 덧붙였다.²⁶⁰⁾

소비자의 눈높이에 맞는 상표의 광고 선전 기능을 중시한 김정은의 언급에 비해 김정일은 『미술론』에서 “상표는 해당상품과 그것을 생산한 기업소를 뚜렷이 특징지어야 하며 제품의 용도와 현대적 특성에 맞게 도안하여야 한다”고²⁶¹⁾ 규정, 판매자 중심의 사회주의적 상표기능에 머물러 있음을 알 수 있다. 이는 김정은 시대의 상표에 대한 정의가 이전과 비교해 자본주의 사회의 브랜드에 근접해 있음을 알 수 있다.

로동신문이 1994년 김정일 집권 이후 보도한 산업미술 관련 기사 건수를 분석해보면 김정은 집권 이후에 산업미술의 부상이 확연히 드러난다.

김정일 시대(1994.1.~2011.12.)와 김정은 시대(2012.1.~2021.9.)를 대조해 보면, 김정일 집권 시기 약 17년간 산업미술 관련 기사는 총 12건에 그치고 있다. 반면에 김정은 시대는 10년 동안 무려 101건으로 나타나 10배 가까이 대폭 증가했음을 알 수 있다. 기사의 내용

258) “지적소유권대상으로서 상표의 기능,” 『로동신문』, 2020.1.12.

259) 위의 글.

260) “산업미술과 경제발전,” 『로동신문』, 2020.6.27.

261) 김정일, “미술론,” p. 174.

도 의례적인 국가산업미술전시회 보도에서 벗어나, ‘산업미술도안의 등록과 보호’와 같은 저작권, 글씨체, 가구와 일용품 도안, 의상도안, 산업미술 교육 등 다양화되는 추세다.²⁶²⁾

〈표 IV-2〉 로동신문(1994.1.~2021.9.)의 산업미술 관련 기사

	연도	북한 산업미술 관련 기사 내용	건수
김정은 시대	2021(~9월)	의상도안/‘도안과 설계 유기적 결합’/국가산업미술전시회 관련	8
	2020	‘산업미술과 경제발전’/국가산업미술전시회 관련	2
	2019	평양출판인쇄종합대/국가산업미술전시회 관련	4
	2018	‘미술적 서체와 우리생활’/국가산업미술전시회 관련	9
	2017	‘산업미술도안과 글씨체’/국가산업미술전시회 관련	11
	2016	‘산업미술도안의 등록과 보호’/국가산업미술전시회 관련	15
	2015	국가산업미술전시회 관련	9
	2014	‘가구, 일용품 도안전시회’/국가산업미술전시회 관련	8
	2013	산업미술의 특성/국가산업미술전시회 관련	8
	2012	국가산업미술전시회 관련	7
소 계			81
김정일 시대	2008	국가산업미술전시회 관련	2
	2006	‘산업미술 창작전투로 들끓는다’	1
	2005	‘주체의 산업미술 연구토론회 진행’	1
	2003	국가산업미술전시회 관련	5
	2002	국가산업미술전시회 관련	2
	1998	산업미술에 관한 주체적 문예사상	1
소 계			12

출처: 저자 정리

262) 김정은은 2012년 취임 이후부터 국가산업미술전시회를 직접 현지지도하면서 산업 미술에 대한 중요성을 강조해 왔다. 김정은이 상표와 도안, 상표의 명칭 등 세세한 부분에 이르기까지 현지지도한 내용들은 조선중앙TV가 방영하는 〈국가산업미술전시회장 탐방〉을 통해 상세히 보도된 바 있다.

(2) 국가상징 브랜드와 선전화

북한미술품과 일상그래픽 콜렉터이자 2018년 세계최초로 북한의 일상그래픽 전시회를 연 니콜라스 보너(Nicholas Bonner)는²⁶³⁾ 그의 저서 *Made in North Korea : Graphics From Everyday Life in the DPRK*에서 북한 주민은 이데올로기적 이미지를 읽어내고 이해하는 도상학(iconography)에 매우 친숙하다고 밝혔다. 보너는 ‘백두산’ 브랜드가 한민족의 기원과 관련되어 있을 뿐 아니라 김일성 일가의 백두혈통이 항일운동을 시작한 혁명의 고향이며, ‘금강산’ 브랜드는 활력과 건강한 삶을 나타내는 상징이 된다는 등 다양한 브랜드명과 상징적 의미를 설명했다. 이러한 상징적 의미는 일상용품에서부터 사탕, 맥주병, 노트북과 장난감에 이르기까지 반복되며, 모든 북한 주민은 이러한 이미지들을 읽고 이해할 수 있다는 것이다.²⁶⁴⁾

국수, 국조, 국화, 국견과 같은 국가상징뿐만 아니라, 백두산, 금강산, 평양 등의 지명, 진달래, 철쭉, 민들레, 해바라기와 같은 식물과 천리마, 백호, 금매 등의 동물, 특정 날짜와 관련된 브랜드는 국가나 민족의 정체성과 관련된 이데올로기를 담고 있다. 푸른하늘, 여명, 북극성, 별무리, 새별, 은하수 등 우주와 관련된 브랜드명은 개척과 도전 정신을 의미하며 봄향기, 사계절 등의 계절 관련 브랜드명은 일상의 활력과 즐거움 등을 나타낸다.

263) 영국 국적으로 1993년 우연히 북한 여행을 한 것을 계기로 북한전문 여행사 고려투어(Koryo Tours)를 운영하며 지금까지 수백 번 북한을 드나들었다. 2012년에는 북한과 합작으로 공중곡예사가 되고 싶은 탄광처녀의 꿈을 다룬 로맨틱 코미디 영화 <김동무는 하늘을 난다(Comrade Kim Goes Flying)>를 감독했다. 2018년 영국 런던 House of Illustration에서 <Made in North Korea: Graphics From Everyday Life in the DPRK> 전시를 열고 저서를 출판, 북한의 상표와 포장디자인 등 산업미술 분야에 대한 관심을 불러일으켰다.

264) Nicholas Bonner, *Made in North Korea: Graphics From Everyday Life in the DPRK* (London: Phaidon Press, 2017), p. 62.

북한 브랜드의 정의는 「상표법」에 규정되어 있다. 1998년 제정된 「상표법」은 2012년까지 총 여섯 차례 수정·보충되었다. 「상표법」이 정의하는 ‘상표’는 “서로 다른 생산자 또는 봉사자의 같은 제품이나 봉사를 구별하기 위해 글자, 그림, 수자, 기호, 색깔, 3차원적인 형태 또는 그것들의 결합체로 밝히는 표식”(제2조)이다.²⁶⁵⁾

북한 상품은 사회주의적 계획경제와 배급제도가 유지되었던 시기에는 다양하지 않았다. 대동강 맥주나 담배 등 일부 제품을 제외한다면 대내외적으로 널리 알려진 상표는 많지 않았다. 배급제도가 무너지고 장마당을 중심으로 시장경제가 형성되자 북한은 2014년에 ‘사회주의기업책임관리지제’를 도입했다. 이후 북한에서도 기업 간 경쟁이 시작되었다. 상표에 대한 기업의 관심이 커짐에 따라 다양한 상표가 출현하게 되었다.²⁶⁶⁾

최근 북한의 상품 브랜드 도안은 대부분 김정은의 현지지도를 거치는 것으로 알려져 있다. 보도된 바에 따르면 김정은의 “세심한 지도 밑에 지난 6년간 훌륭히 완성된 도안만 해도 5,830여 점”이라고²⁶⁷⁾ 한다. 최고지도자가 브랜드 작명에 관여하는 것은 북한의 특성 중 하나이다.²⁶⁸⁾ ‘광명성절’ 명칭부터 고층살림집거리와 악단의 이름 등은 백두혈통 명칭을 이용한 권력 승계의 정당성 확보, 강성국가 또는 사회주의문명국 등의 이데올로기와 브랜드 명칭이 연결되어 있음을 시사한다.

북한에서 브랜드명을 지을 때 외국어 사용은 매우 제한되어 있고, 당국의 관리 아래 있기 때문에 국가적, 민족적 정체성을 나타내는

265) 통일법제데이터베이스, “조선민주주의인민공화국 상표법(2012),” <https://www.unilaw.go.kr/bbs/selectBoardList.do?bbsId=BBSMSTR_000000000021&bbsSubId=012> (검색일 2021.10.22.).

266) 김영희, “북한 기업의 상표 이용 증가와 의미,” (주간KDB리포트, 2021.1.11.), p. 1.

267) “비약적으로 발전하는 주체적 산업미술,” 『로동신문』, 2018.4.12.

268) “백두산대국의 승리와 영광의 상징으로 빛나는 고귀한 명칭들,” 『로동신문』, 2015.1.1.

브랜드가 여러 상품에 함께 쓰이는 경우가 매우 많다. 예를 들어 민족적 이데올로기를 나타내고 있는 백두산, 평양, 대동강, 금강산, 소나무 등은 다양한 제품의 브랜드로 중복되어 사용된다.

한편, 북한은 품질관리 인증시스템을 갖추고 있는 것으로 보인다. 해마다 ‘2월2일제품’을²⁶⁹⁾ 선정하고 ‘12월15일품질메달’을²⁷⁰⁾ 수여하고 있는데, ‘12월15일품질메달’을 수상하기 위해서는 ‘2월2일제품’ 선정이 필수이다. 또한, 1974년 가입한 세계지식재산권기구(World Intellectual Property Organization: WIPO)에는 ‘12월15일품질메달’ 수상 제품들을 등록하고 있다.²⁷¹⁾ 2021년 8월 8일 기준으로 중앙산업미술국 산업미술도안심사소를 통해 세계지식재산권기구(WIPO)에 등록한 상표는 대성산, 흥남, 평양제약, 찻눈, 대동강, 봉학, 민들레, 소나무, 백학, 꽃망울 등 97건이다. 2018년 기준 40건이었던 것과 비교하면 괄목할 만한 성장이다.

극심한 생필품 부족이 일상화된 북한 주민들에게 풍성한 생필품 위주의 상품들은 ‘강성대국’ 혹은 ‘강성국가’의 시각적 비전으로서 가장 피부에 와 닿는 이미지이다. 2010년의 선전화 <모두다 올해 공동사설 과업 관철에로!>는 위쪽에 “강성대국, 그날이 눈 앞에 다가온다” 문구를 넣었다. 이 선전화에서 위성안테나 접시나 미사일보다, 쌀이나 감자, 옷감과 같은 생필품들이 앞줄을 차지하고 있다. 이는 인민생활과 직결된 경공업 위주의 생필품이 가장 호소력 있다는 뜻이다.

269) 1981년 2월2일 김일성이 ‘전국 품질감독 일꾼대회’에서 품질감독개선강화를 지시한 것을 계기로 ‘2월2일제품’ 등록제가 시행되었으며, 해마다 수백 종의 제품이 등록되고 있다. “300여 가지의 제품 2월2일제품으로 등록,” 『로동신문』, 2019.6.8.

270) 북한에서 생산된 우수제품 가운데 국제 경쟁력을 갖춘 우수제품에 수여하기 위해 2014년 제정된 상으로 김정은이 ‘강성국가건설의 요구에 맞게 생산과 건설에서 질을 높일데 대하여’를 발표한 2012년 12월 15일을 기념해 제정되어, 국가품질감독위원회가 주관한다. “새로 제정된 12월15일품질메달,” 『로동신문』, 2014.4.30.

271) 최희선, 『북한에도 디자인이 있을까?—북한산업미술 70년(2000~2018)』, p. 31.

〈그림 IV-19〉 김정은 집권 이전 창작된 강성대국 선전화



출처: Ross King, "Monuments Writ Small: Postage Stamps, Philatelic Iconography, and the Commercialization of State Sovereignty in North Korea," *Exploring North Korean Arts* (Wien: Universität Wien, 2010), p. 83.

풍성한 상품 이미지를 나타내는 선전화는 김정일 시대부터 계속 되어왔다. 왼쪽의 2010년 선전화 <당의 경공업혁명방침을 철저히 관철하자!>에서는 꽃무늬 옷감을 들어 보이는 여성 노동자 앞에 간장, 된장, 과자, 소주, 사탕, 엿 등 먹거리를 비롯해 봄향기 화장품, 의복, 가방 등이 산처럼 수북이 쌓여 있다.

〈그림 IV-20〉 상품 이미지를 나타내는 선전화(2010, 2012, 2015)



출처: “북한 조선노동당창건 65돌 선전화,” 『조선중앙통신』, 2010.5.10. (사진=연합뉴스); “경공업이 용을 쓰는 해,” 『조선중앙통신』, 2012.1.7. (사진=연합뉴스); “북한 새 선전화,” 『조선중앙통신』, 2015.2.4. (사진=연합뉴스)

김정은이 집권한 직후의 2012년의 선전화 <인민들이 경공업의 덕을 보는 해로 되게 하라!>는 어머니와 아들이 행복한 얼굴로 다양한 상품을 쇼핑하는 모습을 나타낸다. 이들 모자의 뒤에는 사탕, 과자, 돼지고기 등의 식품들과 의복, 구두, 화장품, 옷감과 함께 전자밥솥, 보온병 등 가전제품들이 쌓여 있다. 김정일 시대에 비해 가전제품이 추가되어 좀 더 현대화된 소비생활 수준을 나타내고 있다.

2015년의 <우리 인민들과 학생들, 어린이들에게!> 선전화는 “질 좋은 소비품, 학용품, 어린이 식료품을” 문구를 올렸다. 여기에서 김정은의 어린이에 대한 남다른 관심을 엿볼 수 있다. 과자, 껌과 함께 완구, 물감 등의 학용품을 보여주고 있다. 특히 오른쪽의 소녀가 들고 있는 필통에 그려진 토끼 디자인은 자본주의 사회의 어린이들이 선호하는 디자인과 별반 차이가 없어 보인다. 배경에 보이는 평양아동백화점은 사회주의 체제인 북한 사회가 자본주의 소비사회의 꽃이라고 알려진 백화점이라는 공간을 별 거부감 없이 받아들이고 있음을 나타내고 있다.

<그림 IV-21> 인민생활 관련 선전화 비교



출처: “인민들이 좋아하는 여러가지 소비품들을 생산보장하자!” 『조선중앙통신』, 2019.1.24.; “제품의 질을 높이자!” 『로동신문』, 2021.2.1. (사진=뉴스1)

위의 두 선전화 중 왼쪽 <인민들이 좋아하는 여러 가지 소비품들을 생산보장하자!>는 2019년 신년사에서 김정은이 언급한 내용을

표현한 여러 선전화 중 하나다. 김정은은 신년사에서 “자립경제의 잠재력을 남김없이 발양시키고 경제발전의 새로운 요소와 동력을 살리기 위한 전략적 대책들을 강구하며 나라의 인적, 물적 자원을 경제건설에 실리있게 조직, 동원해야 한다”고²⁷²⁾ 말했다.

이들 선전화에는 북한에서 가장 우수한 품질의 유명 상품들이 총망라되어 있다. 왼쪽 선전화 속 여성이 손에 든 매봉산 구두는 품질 관련 상을 여럿 수상했으며, 특히 리설주가 즐겨 신는 구두 브랜드로 알려져 있다. 또한, 대성산 농구공과 축구공, 봄향기 화장품과 은하수 화장품, 소나무 책가방, 민들레 학습장, 룡악산 물비누 등은 북한이 자랑하는 경공업 소비제품들이다. 오른쪽의 〈제품의 질을 높이자!〉²⁷³⁾ 선전화에도 다양한 인기 경공업 제품들의 브랜드가 집결되어 있다.

생필품을 비롯한 경공업 제품의 브랜드명으로 국가상징을 사용하는 것은 정치적 이데올로기를 일반 주민과 밀접한 일상과 결합하는 전략으로 풀이될 수 있다. 즉 우리 국가제일주의를 통해 과거 수령 중심의 비정상적 국가체제에서 북한을 정상국가화하려는 일환으로 국가상징을 일상 경공업 제품의 브랜드로 이용하는 방법이다. 또한, 산업미술전시회에 출품된 다양한 상품 브랜드의 작명과 디자인에 대한 김정은의 현지도도를 보도함으로써, 인민의 일상생활을 세심하게 살피는 지도자의 이미지를 형성한다. 이 같은 전략은 효과적인 이미지 메이킹의 하나라고 볼 수 있다.

272) “신년사,” 『로동신문』, 2019.1.1.

273) 이 선전화는 “경제관리개선에서는 또한 원가저하와 질제고를 기본으로 틀어쥐고 나가야 합니다”라고 강조한 내용을 선전화로 제작한 것이다. “질제고는 자립경제의 내적잠재력발양과 인민생활향상을 위한 중요한 요구,” 『로동신문』, 2021.2.1.

나. 국가상징 브랜드와 애국 마케팅

(1) 기업, 기관의 브랜드 엠블럼

국가상징은 대내외적으로는 북한을 상징하는 기관의 상징물로 활용한다. 국화 목란을 브랜드 엠블럼으로 사용하는 기관으로는 목란비데오사가 대표적이다. 세계지식재산권기구(WIPO)에 2021년 업데이트 등록된 목란 상표는 세 개이다. 목란비데오를 비롯해 세 개의 ‘목란’ 브랜드는 ‘Mokran Kwangmyong Co.’에서 출시한 것이다.

〈그림 IV-22〉 세계지식재산권기구(WIPO)에 등록된 목란 브랜드



출처: Global Brand Database, “목란,” <<https://www3.wipo.int/branddb/en/>> (검색일: 2021.8.18).

목란비데오사는 1992년에 설립되어 북한에서 제작하는 영상의 출판을 담당해 왔다. VHS, CD 및 DVD를 판매하는 목란비데오사의 영상을 재생하면, 화면 상단에 ‘목란’ 글자와 ‘목란꽃’ 마크가 생성되는 것을 볼 수 있다. 목란비데오사가 속한 목란광명시는 자연에너지기 개발제품을 비롯해, 전력문제 해결에 도움을 주는 첨단기기를 생산하는 곳으로 알려져 있다.²⁷⁴⁾

참매는 공군, 항공과 관련한 디자인으로 개발되고 있다. 이러한 디자인은 상징적이면서도 직관적으로 북한의 이미지로 연결될 수 있어서 북한을 홍보하기에도 용이하다.

평양국제공항의 상징은 국조 참매이다. 또한, 북한의 최고지도자가

274) “여러나라 대사관 문화 및 친선관계 일군들, 목란광명회사 자연에너지기 개발제품 공장 참관,” 『로동신문』, 2019.4.11.

타는 공군 1호기의 명칭은 참매호이다. 참매호 꼬리 날개에는 국기를 연상케 하는 붉은 오각별을 붉은색 원과 푸른색 원이 감싸고, 이를 참매가 둘러싼 형태가 각인되어 있다. 국기를 참매가 감싼 모양이다.

평양국제공항 브랜드는 버들잎을 입에 물고 있는 참매를 심볼 마크로 한다.²⁷⁵⁾ 한글과 영어로 ‘평양’을 표시한 로고 타입이 그 아래 있는 모양이다. 비둘기가 월계수 잎을 물고 가는 평화의 상징을 연상케 하는 디자인이다.

〈그림 IV-23〉 참매를 상징으로 디자인한 평양국제공항과 놀이기구 회전매



출처: 위키백과, “평양 순안 국제공항,” <https://ko.wikipedia.org/wiki/%ED%8F%89%EC%96%91_%EC%88%9C%EC%95%88_%EA%B5%AD%EC%A0%9C%EA%B3%B5%ED%95%AD> (검색일: 2021.10.2.); “회전매,” 『조선』, 2012년 10호, p. 3.

한편, 놀이기구 중에서 공중을 오고 가는 바이킹 기구의 이름도 ‘회전매’이다. 놀이기구에 회전매라고 이름을 붙인 것은 “원을 그리며 공중으로 솟구쳐오르는 모습은 마치 용맹스러운 참매가 날개를 퍼덕이며 대동강반을 선회하는 것” 같기 때문이라고 설명한다.²⁷⁶⁾

275) “참매관리공의 긍지,” 『로동신문』, 2019.1.24.

276) “놀이기구와 참매 “유원지들에 펼쳐진 이채로운 풍경,” 『로동신문』, 2019.1.20.

트럭 브랜드인 ‘금매’는 국조 ‘참매’에서 유래된 명칭이다. 중국 진 베이(金杯) 자동차와 합작으로 세워진 평양 금평자동차가 생산하는 금매트럭은 진베이의 ‘금(金)’과 북한의 국조 참매의 ‘매’를 한 글자씩 따서 만든 브랜드명이다.²⁷⁷⁾ 중국과 북한의 합작브랜드를 나타내기 위해 북한을 대표하는 국조의 명칭을 브랜드화했음을 알 수 있다. 또 다른 트럭 브랜드 중에는 ‘승리’, 냉장차 브랜드로는 ‘북극성’ 등이 있으며, 자전거 브랜드로는 ‘날파람’이 있다.

(2) 일상 소비용품 브랜드명

소나무는 상표 브랜드로 활용하는 대표적 국가상징이다. 가장 널리 알려진 것은 제품은 평양가방공장에서 생산하는 학생용 가방 ‘소나무’로, 김정은이 직접 제품명을 정해주었다고 알려져 있다.²⁷⁸⁾ ‘소나무’ 책가방은 입학에 맞는 학생들에게 나누어주는 선물이다. 2017년 태양절국가산업미술전시회를 현지지도한 김정은이 “학생가방상표 이름은 ‘소나무’라고 달고 도안에 솔잎과 솔방울을 그려 넣어도 특색 있는 상표가 될 수 있습니다”라고²⁷⁹⁾ 한 내용이 조선중앙TV를 통해 보도됐다.

유튜브 채널 <NEW DPRK>에 탑재된 “Primary School Preparation”에서 어머니가 소학교에 입학하는 어린이 리수진이 들고 갈 ‘소나무’ 가방을 보여주며 “뭐라고 썼나요?”라고 묻고 어린이가 “소나무”라고 대답하는 장면이 나온다. 어머니는 또 “소나무 책가방 들고, 소나무

277) “제2의 홍상? 北 손잡은 중국기업들 이렇게 돈 번다,” 『주간조선』, 2016년 10월호, <<http://weekly.chosun.com/client/news/viw.asp?nNewsNum=002426100003>> (검색일: 2021.6.20.).

278) “행복의 설계도에서 그려보는 조국의 레일-태양절 경축 국가산업미술전시회장을 돌아보고,” 『로동신문』, 2019.5.5.

279) “사회주의 문명국 건설에 이바지한 산업미술 도안들-2편,” 『조선중앙TV』, 2017.5.9.

필곽을 쓰고, 민들레 학습장을 쓰며 어떤 사람이 되겠나요?”라고 질문하자, 어린이는 “원수님께 기쁨을 드리겠다”고 답한다.²⁸⁰⁾

〈그림 IV-24〉 소나무 책가방을 소개한 방송편집물



출처: Sam jiyon 채널, “《소나무》 책가방.” <<https://www.youtube.com/watch?v=188pty2gmqlU>> (검색일 2021.10.3.)

소나무 책가방과 관련한 김정은 일화는 “우리 아이들에게 필요한 모든 것은 우리가 만들어 안겨주어야 그들이 자기것을 귀중히 여기는 참된 애국의 마음을 간직할 수 있다”²⁸¹⁾ 의미화를 통해 제품의 국산화가 곧 애국이라고 연결하고 있다.

소학교 입학을 앞둔 학생들에게 나누어지는 상품으로는 소나무 책가방, 두루미 학용품, 민들레 학습장 등이 있다.²⁸²⁾ 학생들이 이용하는 학용품에 관한 김정은의 높은 관심이 민들레 학습장, 해바라기 학용품 등의 브랜드 탄생으로 이어졌다고 한다.

흥미로운 점은 민들레 브랜드의 경우, 이미 담배 브랜드로 널리 알려져 있었다는 점이다. 민들레 학습장은 2020년 ‘12월15일품질메달’을 수상하기도 했다.

280) NEW DPRK 채널, “Primary School Preparation | Nomal North Korea Family,” <<https://www.youtube.com/watch?v=mukjFWexdGk>> (검색일: 2021.8.8.).

281) “제품에 담은 마음,” 『로동신문』, 2021.5.20.

282) “활짝 피여라, 이 땅의 행복둥이들아,” 『로동신문』, 2021.6.10.

〈그림 IV-25〉 민들레 학습장 도안



출처: “평양 민들레 학습장 공장을 가다.” 『자주시보』, 〈<http://www.jajusibo.com/34072>〉 (검색일: 2021.8.8).

지능형 텔레비전 소나무는 복새전자기술사의 지능형 텔레비전으로 곡면형 LED 텔레비전에 새로운 기능을 추가한 IPTV이다. 휴대폰과 태블릿PC와 연동하여 화면으로 재현할 수 있다. 모뎀과 연결하여 실시간 방송은 물론 지나간 방송을 볼 수 있고, 영상편집물도 볼 수 있다.

〈그림 IV-26〉 소나무 화면노래반주기(좌), 복새전자기술사의 지능형텔레비전 ‘소나무’(우)



출처: 조선의 오늘, “소나무 화면노래반주기.” 〈<https://dprktoday.com/news/45437>〉 (검색일: 2021.9.24); “지능형텔레비전 소나무,” 『금수강산』, 2019년 2호, 뒤표지 안쪽 면.

〈그림 IV-27〉 평양 메주고추장과 평양담배



출처: 저자 촬영; 강동완, 『북한담배』 (부산: 너나드리, 2019), p. 196.

사회주의 수도 평양은 담배를 비롯해 각종 상품의 브랜드명으로 사용되고 있다. 식료품으로는 대동강식품공장에서 생산된 고추장, 쌈장 등의 장류가 평양 브랜드로 출시된다. 또한, 평양브랜드 담배 포장은 금빛 바탕에 평양의 랜드마크 중 하나인 인민대학습당이 도안되어 있다.

브랜드 ‘소나무’를 비롯해 ‘철쭉’, ‘매봉산’, ‘금산포’, ‘은하수’ 등은 김정은이 직접 이름 지어준 “우리의 향기가 물씬 풍겨오는 상표”이다.²⁸³⁾ 국가상징은 다양한 브랜드 가능성을 넓혀주고 있다. 북한에서 산업미술의 영역이 커지고 있는 상황에서 국가상징의 브랜드화는 앞으로도 더욱 확장될 것이다.

김정은 체제에서는 산업미술의 발전을 강조하면서 자체의 디자인과 브랜드를 개발하고 있다. 디자인 소스로 활용되는 국가상징은 브랜드 이름, 엠블럼, 심볼 마크 등 다양하게 활용되고 있다. 이러한

283) “행복의 설계도에서 그려보는 조국의 레일-태양절 경축 국가산업미술전시회장을 돌아보고,” 『로동신문』, 2019.5.5.

브랜드 활용은 북한의 국가 이미지를 제고하고, 한편으로는 산업미술에서 국적 있는 브랜드로 맥락화한다. 또한, 국가 이미지의 특성을 살린 국산화 전략과도 통한다.

(3) 국가와 민족이데올로기와 연관된 브랜드

민족적 이데올로기를 나타내는 몇몇 특정 지명들은 상품의 브랜드명, 또는 회사나 공장의 명칭으로 중복되어 꾸준히 사용되고 있다. 백두산, 금강산, 대동강 등 북한의 유명 장소를 비롯하여 평양의 모란봉, 대성산, 보통강, 만수대, 만경대 등은 애용되는 브랜드명이다.

빼어난 경치로 한반도에서 가장 유명한 ‘금강산’은 ‘활력있는 삶’의 대명사이다. 화장품을 비롯해 벌꿀, 술, 신발, 오토바이 등 여러 상품들이 ‘금강산’ 브랜드를 붙이고 시장에 출시되고 있다.

혁명열사릉이 위치한 ‘대성산’은 평양시민들의 휴양지로 유명하다. 2019년 생산을 시작한 대성산 샘물과 함께, 농구공, 축구공, 탁구공 등을 비롯한 각종 스포츠용품을 생산하는 스포츠 브랜드로 유명하다.

리설주가 애용하는 것으로 알려진 ‘매봉산’ 구두 브랜드는 북한 주민들에게 승리의 상징으로 통용되는 지명이다. 김정운이 원산구두 공장을 현지지도 하면서 직접 브랜드를 작명했다고 알려졌다.²⁸⁴⁾

북한 상품 중에서 샘물 상품은 담배나 맥주, 술 브랜드만큼이나 다양한 편으로, 신덕샘물, 강서약수, 룡악산 샘물, 대성산 샘물, 매봉산 샘물, 황초령 샘물, 천수동 샘물, 정방산 샘물, 평성샘물, 청진 샘물 등이 있다. 북한에서는 천연샘물이 생산되는 지역마다 샘물 공

284) “매봉산은 우리 인민들속에 승리의 상징으로 소중히 간직되어있다. 하늘에 내려퍼서 매봉이나 산모습 날카로와 매봉이나 이 나라 젊은이들 봉우리를 지켜서 영웅으로 자랐으니 네 아니 장할소냐라는 노래구절에도 있듯이 매봉산은 우리 조국의 자랑이다. 이 당의 누구나가 금지높이 외우는 승리의 매봉산이 오늘은 우리 당의 숭고한 인민사랑을 전해주는 또하나의 자랑스러운 부름으로 인민의 마음속에 새겨지고 있다. (중략)” “《매봉산》, 그 부름에 어려오는 따사로운 사랑,” 『로동신문』, 2021.5.6.

장을 세우고 자체 브랜드를 붙여 생산하는 것으로 보인다.

권력 승계를 정당화하기 위해 김정일, 김정숙, 광명, 태양 등 백두혈통을 연상시키는 명칭도 김정은 정권 초기에 자주 명명되었다. ‘광명성절’, ‘금수산태양궁전’을 비롯해 김정일인민보안대학과 김정숙평양방직공장 명칭, 8월 25일을 선군절로 명명한 것이 그 예다. 김정은 시대의 최고의 악단으로 알려진 ‘모란봉악단’의 명칭이 김정일이 좋아하던 평양의 지명 모란봉에서 가져온 것임²⁸⁵⁾ 밝힌 것도 같은 맥락이다.

관현악단으로 잘 알려진 삼지연은 백두산이 위치한 곳으로, 감자가루 상표로 쓰이고 있다. 2018년 국가산업미술전시회에서 “감자가 위생모를 쓰고 있는 것이 멋있다”고 한 현지지도 내용이 조선중앙TV를 통해 보도된 바 있다.²⁸⁶⁾

다. 국가상징의 경제적 브랜드 전략

경제적 측면에서 김정은 시대가 국가상징을 브랜드화하는 전략은 대내적 목적과 관련되어 있다. 정치적 이데올로기 차원의 국가상징을 경제적 차원으로 브랜드화하고 인민들의 일상생활과 연결하여 정치, 경제, 사회적 차원을 통합하는 효과를 불러올 수 있다.

이는 두 가지 차원으로 나뉘어 진행된다.

일차적으로 국가상징에 대해 TV, 영화 등 영상매체나 선전화, 우표 등의 시각적 홍보 매체를 통해 특정 이미지로 도상화하는 과정을 거친다. 펄럭이는 국기, 눈 덮인 소나무, 새끼와 함께 있는 풍산개, 활짝 핀 목란과 같이 도상화된 이미지를 집중적으로 노출시켜 ‘이데올로기화된 시각이미지’로 홍보한다.

285) “백두산대국의 승리와 영광의 상징으로 빛나는 고귀한 명칭들,” 『로동신문』, 2015.1.1.

286) “사회주의 문명국 건설에 이바지한 산업미술 도안들-2편,” 『조선중앙TV』, 2017.5.9.

이차적으로는 인민들과 친숙해진 이데올로기화된 국가상징 이미지와 명칭을 경공업 부문, 즉 일상용품의 브랜드명이나 상표도안으로 전용하는 전략이다. 국가상징의 경제 브랜드화 전략은 ‘우리 국가제일주의’와 ‘경제 우선 정책’을 표방하는 김정은 정권에서 새롭게 시도되는 것이다. 국가상징을 통해 정치적 사회적 이념을 국가 중심으로 재편하고, 여기에 더하여 이익을 창출하는 브랜드로 확장하는 프로세스를 보여주고 있다.

이러한 국가상징의 경제적 브랜드화 전략은 다음 세 가지 의미를 가진다.

첫째, 정치적 이데올로기를 경제 분야로 확장하여 ‘경제적 브랜드의 이데올로기화’를 시도하고 있음을 보여준다. ‘우리 국가제일주의’라는 정치 이데올로기를 ‘국가상징’이라는 시각화된 도상으로 구체화하여 홍보하고, 이를 브랜드로 하여 제작한 상품을 통해 애국을 내면화하는 기제로 만드는 것이다.

선전화의 이데올로기화된 이미지가 불특정 개인을 주체로 호명하여 국가의 부름에 응하도록 하는 것처럼, 브랜드명과 도안 역시 국가와 지도자를 위한 ‘이데올로기의 호명 도구’로 사용될 수 있다. 예를 들어 유튜브 채널에서 소나무 책가방을 선물 받은 북한 어린이가 원수님에게 기쁨을 드리겠다는 이야기를 자연스럽게 꺼내는 것은 이데올로기의 호명 도구로서의 역할을 보여주는 것이다.

둘째, 국가상징의 경제 브랜드화 전략은 ‘산업미술’을 적극 장려하는 정책을 수반한다. 자본주의적 단어인 ‘상품’의 도안을 취급하는 산업미술과 거리를 두어 온 과거의 북한 정권과 달리 김정은은 산업미술을 적극적으로 육성하는 정책을 쓰고 있다. 국가산업미술중심을 비롯한 관련 기관과 제도를 신설, 정비하는 한편, 산업미술을 담당하는 교육기관도 집중적으로 육성하고 있다. 로동신문의 ‘산업미

술' 관련 보도가 과거 정권에 비해 10배가량 늘어난 것은 이러한 산업미술 중시정책을 단적으로 보여주고 있다.

셋째, 인민생활과 직결되는 생필품 위주의 경공업을 중시한다는 것을 홍보한다. 김정은 정권하에서 일상용품 위주의 경공업제품들은 다품종화가 이루어지고 있다. 새로 선보이는 학용품, 의복, 화장품, 구두, 식료품 등 일상생활용품에 국가상징을 활용한 브랜드명과 도안을 사용하여 현재 북한이 인민생활 향상을 얼마나 중시하는지 홍보하는 전략이다.

특히 브랜드명을 노출한 생필품 위주의 경공업 제품들이 가득 쌓인 선전화 이미지는 각종 매체를 통해 김정은 시대의 대표적 이미지로 홍보되고 있다. 이러한 다양한 경공업 제품들의 브랜드명과 도안을 현지도한 김정은은 인민의 일상생활에 대해 큰 관심을 기울이는 지도자라는 이미지를 갖게 된다. 과거 '선군정치'를 표방한 김정일이 수많은 군부대 현지도를 통해 군을 우선하는 지도자라는 이미지를 심어준 것처럼, 김정은은 질 높은 경공업 제품의 도안과 명칭까지 일일이 점검하며 인민생활을 직접 살피는 지도자라는 이미지와 연결될 수 있다.

3. 국가상징의 사회문화 브랜드 전략

이 절에서는 국풍(國風)으로 확장된 애국의 실천이 국가상징의 사회문화적 브랜드임을 분석한다. 국가상징은 내적 구성원들에게 공통의 가치와 의미를 공유하는 결합체로 작용하기도 하며 다른 한편으로는 배타적인 문화로 나타나기도 한다. 북한의 국가상징은 오랫동안 내부를 결속하고 대외적으로 차별하는 매개로 작동했다. 국가상징은 사회문화적으로 김정일애국주의의 '애국'과 결합한 교양 사

업으로, 사회주의 미풍양속을 지키는 ‘국풍’으로 강조되고 있다. 이 절에서는 주민들의 일상과 행동을 제어하는 문화통제의 방식은 국가상징의 사회문화 브랜드 전략으로 기능하는 것으로 보고 이를 분석하고자 한다.

가. 국풍과 사회주의 미풍양속

국풍은 국가상징을 새롭게 제정한 이후 나온 새로운 용어로, ‘아름답고 고상한 도덕기풍’과 법을 준수하는 ‘준법기풍’으로 구성되어 있다. 곧 사회주의 미풍양속을 이르는 것으로, 도덕과 법이 일상생활과 행동을 제어한다는 것을 의미한다.

국풍은 국가주의와 연결된다. “우리 국가제일주의를 높이 들고 강국의 위상에 어울리는 새로운 국풍을 계속 창조”²⁸⁷⁾ 나가야 하기 때문이다. 문제는 아름답고 고상한 도덕기풍이 무엇인가 하는 것이다. 국풍으로 규정된 ‘아름답고 고상한 도덕기풍’은 곧 ‘사회주의 미풍양속’으로, 사회질서와 집단을 먼저 생각하고 행동하는 집단주의 원칙을 의미한다.

사회주의 미풍양속은 고상한 생활기풍, 민족적 감정과 정서, 혁명적 생활양식을 종합한 집단주의 사회질서라 할 수 있다.²⁸⁸⁾ 김정은 시대에 오면 문명한 생활양식을 구성하는 것으로 ‘도덕’과 ‘법’을 추가했고, 이는 곧 도덕기풍과 준법기풍으로 나타났다. 즉, 사회주의 문명국을 건설하기 위해서는 선진사회의 물질 토대뿐만 아니라, 문명을 누릴 수 있는 태도의 함양이 필요했다. 따라서 도덕기풍과 준법기풍은 사회주의문명국을 건설하는 데 필요한 사회주의 미풍양속의 핵심이라 할 수 있다.

287) “아름답고 고상한 도덕기풍이 국풍으로 되도록 하는것은 현실발전의 요구,” 『로동신문』, 2019.3.19.

288) “우리식 사회주의생활양식의 우월성,” 『조선중앙통신』, 2007.2.22.

사회주의문명국 건설의 정신적인 문제는 ‘사회주의 미풍양속’, ‘고상한 도덕기풍’의 새로운 전환과 관련되어 있다. 인간의 아름다움은 겉모습이 아니라 정신 도덕적 풍모에 있으므로 사회주의문명국을 건설하려면 사회주의적인 도덕기풍을 확립해야 한다고 전제했다.²⁸⁹⁾ 이때의 도덕은 일상에서 지켜야 하는 의리, 예의, 공중도덕, 사회질서 등을 지킬 때 함양되는 정신적 풍모이다.²⁹⁰⁾ 일상에서 지켜야 하는 정신적 태도이자 생활양식으로서의 도덕은 법적 차원에서 반드시 준수해야 하는 ‘준법’으로 연결되었다.

북한이 헌법 개정을 통해 당의 영도를 규정한 것처럼, 준법기풍은 사회주의문명국 건설과 관련한 당의 영도 사업이었다.²⁹¹⁾ 준법의 강조는 곧 법제화된 규정에 따라 사회를 움직이는 법치의 실천이라 할 수 있다.²⁹²⁾ 또한, 준법기풍은 외부로부터 들어오는 ‘비도덕적·비문화적 현상’을 막기 위한 정책의 성격を 갖는다.²⁹³⁾

도덕기풍과 준법기풍은 반외세 문화통제로 볼 수 있다. 김정은은 집권 초기에 “문화와 도덕, 우리 식의 생활양식”이 보장되는 문명을 누리려면 “제국주의사상문화적침투를 분쇄하고 이색적인 생활풍조를 뿌리뽑기 위한 투쟁”이 전제되어야 한다고 강조했다.²⁹⁴⁾ 특히 청년들이 외부에서 유입된 ‘불순녹화물과 출판물’에 영향을 받지 않도록 비사회주의적 현상을 배격할 것을 강도 높게 요구했다.²⁹⁵⁾ 2015년에

289) 전영선, “사회주의 미풍양속과 ‘준법기풍’을 통해 본 북한의 문화 검열,” 『통일인문학』, 제84집 (2020), p. 52.

290) “은 사회에 사회주의 도덕생활기풍이 차 넘치게 하자,” 『로동신문』, 2014.8.20.

291) “우리 사회를 화목한 대가정으로 꾸러나가기 위한 중요한 요구,” 『로동신문』, 2019.2.24.

292) 전영선, “사회주의 미풍양속과 ‘준법기풍’을 통해 본 북한의 문화 검열,” p. 57.

293) 위의 글, p. 60.

294) 김정은, “위대한 김정일동지의 유훈을 받들어 2012년을 강성후흥의 전성기가 펼쳐지는 자랑스런 승리의 해로 빛내이자,” 『로동신문』, 2012.1.1.

295) 김정은, “청년들은 당의 선군혁명위업에 끝없이 충실한 전위투사가 되자: 김일성사회주의청년동맹 제4차 초급일군대회 참가자들에게 보낸 서한(2014년 9월 18일),” 『로동신문』, 2014.9.20.

개정된 「헌법」은²⁹⁶⁾ 사회주의 미풍양속을 바로 세우기 위한 법적 토대였다. 2016년 당대회에서 강조된 ‘준법교양’과 ‘법적통제’는 “이색적인 사상문화와 변태적인 생활양식”을²⁹⁷⁾ 단속하여 사회질서를 바로 잡고자 한 표명이었다.

도덕기풍은 사회주의 제도를 지키는 일상의 실천적 성격을 갖는다. 1980년대 위기 상황에서 민족을 호명했듯이, 2019년 이후의 위기 상황은 국가를 호명했다. “제국주의의 문화적 침투를 배격”하는²⁹⁸⁾ 것이 「헌법」(제3장 제41조)에 규정되어 있을 정도로 북한에서 제국주의에 저항하고 문화침투를 막는 것은 중대한 사안이다.

또한, 2018년 남북정상회담 이후에는 ‘불순녹화물’을 보거나 유포하는 행위를 ‘반국가적범죄’로 규정했다.²⁹⁹⁾ 사회이완을 극도로 경계한 조치로, “고상한 도덕기풍을 확립하기 위한 된바람”이³⁰⁰⁾ 더욱 강력히 요구되었다. 2019년에는 ‘사회주의 진지 수호’를 앞세우면서 ‘애국’을 기치로 한 사상 교양사업을 더욱 강화했다. 외부의 위협을 강조하면서 내부의 단합을 호소한 것이다. “우리 국가의 사상문화진지를 굳건히 수호”하기³⁰¹⁾ 위해 아무리 작더라도 불건전하고 이색적인 것은 법적 투쟁의 도수를 높여야 한다고 강조되었다.

이 과정에서 중시된 것이 ‘국풍’이었다. 국풍의 원칙은 한마디로 집단주의라고 할 수 있다. “서로 돕고 이끌면서 단합된 힘으로 전진하는 집단주의는 우리 나라의 고유한 국풍”으로³⁰²⁾ 집단주의 원칙

296) 오경섭 외, 『김정은 정권 통치담론과 부문별 정책변화: 텍스트마이닝을 이용한 담화·연설 분석』 (서울: 통일연구원, 2020) p. 146 참조.

297) 김정은, “조선로동당 제7차대회에서 한 당중앙위원회 사업총화보고,” 『로동신문』, 2016.5.8.

298) 국가정보원, “조선민주주의인민공화국 사회주의헌법(2019),” 『북한법령집(상)』, p. 36.

299) 박영자 외, 『북한의 주민 이탈과 법적 대응』 (서울: 통일연구원, 2018), pp. 203~204.

300) “신년사,” 『로동신문』, 2019.1.1.

301) 김정은, “현 단계에서의 사회주의건설과 공화국정부의 대내외정책에 대하여-조선민주주의인민공화국 최고인민회의 제1기 제1차회의에서 한 시정연설,” 『로동신문』, 2019.4.13.

을 지키면서 정이 넘치는 사회를 만드는 것이다. 국풍은 곧 비사회주의, 반사회주의적 생활풍조에 맞서 “우리의 사회주의 생활 양식, 집단주의적 생활 기풍이 세상에서 제일이라는 긍지와 자부심을 깊이 간직하고 온갖 이색적인 생활 풍조에 절대로 물 젖지 말”³⁰³⁾ 하는 대중운동이다.

국풍은 북한이 대외적으로 어려운 상황 속에서도 서로 돕고, 존중하면서 어려움을 극복해 나가면서 ‘사회주의 사상 진지’를 지키는 것, ‘전대미문의 혹독한 시련 속에서 인민들을 이끄는 김정은의 사상과 숨결을 같이하는 것’으로 재문맥화되고 있다. 혁명선배를 존중하는 것, 군과 민이 하나가 되어 수령을 받드는 것은 사회관계의 기초이며, 사회발전의 기초이기 때문이다. 북한은 최고지도자를 위한 현신이나 희생, 사회와 집단을 위해서 사는 삶을 최고의 도덕이자 가치로 규정하고 있다.³⁰⁴⁾

국가상징은 “국기와 국장, 〈애국가〉를 신성하게 대하고 공화국 헌법을 비롯한 국가의 모든 법들을 절대 존중하는 준법기풍”으로 강대국 공민으로서 당당하게 처신하는 문제로 이어졌다.³⁰⁵⁾ ‘국제사회의 제재’, ‘코로나19 팬데믹’, ‘자연재해’로 상황이 최악에 이른 2020년 12월에는 외부로부터의 문화 유입을 강력히 규제하기 위한 「반동사상문화배격법」을 채택했다고 알려졌다.³⁰⁶⁾

302) “집단주의는 우리의 국풍,” 『로동신문』, 2021.5.12.

303) “온 나라가 서로 돕고 위해주는 우리의 국풍을 더 높이 발양시키자,” 『로동신문』, 2021.6.14.

304) 전영선, “사회주의 미풍양속과 준법기풍을 통해 본 북한의 문화 검열,” p. 50.

305) “준법기풍을 전사회적인 기강으로 확립하는 것은 사회주의 강국 건설의 필수적 요구,” 『로동신문』, 2019.2.3.

306) “콘텐츠 유출입 차단 총망라…北 ‘라디오 청취시 처벌’ 첫째로 강조,” 『Daily NK』, 2020.12.14. 14., <<https://www.dailynk.com/%ec%bd%98%ed%85%90%ec%b8%a0-%ec%9c%a0%ec%b6%9c%ec%9e%85-%ec%b0%a8%eb%8b%a8-%ec%b4%9d%eb%a7%9d%eb%9d%bc-%e5%8c%97-%eb%9d%bc%eb%94%94%ec%98%a4-%ec%b2%ad%ec%b7%a8%ec%8b%9c-%ec%b2%98%eb%b2%8c/>> (검색일: 2021.10.15.).

국풍의 발명은 대내외적 위기 상황이 커지던 2019년 이후 상황과 관련되어 있다. ‘하나를 전체를 위하여, 전체는 하나를 위하여!’라는 구호 아래 “모든 사람들이 하나의 사상과 의지로 뭉쳐 투쟁”하며³⁰⁷⁾ 애국을 실천하자는 흐름을 국가적으로 고취하고자 한 것이다.

국풍으로 복돋아진 도덕기풍과 준법기풍은 문명을 기준으로 고상한 기풍을 확립하고, 사회질서를 관리하겠다는 의지의 표명이다. 즉 세계의 일원으로서 사회주의 국가의 정체성을 확인하고, 집단적 동질성을 강화하는 차원에서 도덕과 준법을 ‘국풍’으로 고취한 것이다. 이는 당과 최고지도자가 기준이었던 윤리의 준거를 국가에 두고자 한 것이며, 국가운영을 법치로 실천하고자 한 것이다. 결론적으로 국풍을 구성하는 도덕기풍과 준법기풍은 비사회주의의 일탈 행위를 강력하게 단속하는 문화통제 장치라 할 수 있다.

나. 국어와 문화민족국가

국가상징의 서사는 역사문화적 기원, 시련, 고난극복과 정통성 회복의 구조를 갖고 있다. 국어의 경우에도 그렇다. 북한에서도 1967년 문화어가 수립되기 전까지는 서울을 표준으로 하는 언어체계를 사용했다.³⁰⁸⁾ 북한은 일제강점기 식민지 정책으로 위기에 놓였던 민족어가 수령에 의해 지켜졌고, 우리말의 순수성을 잃어가던 상황에서 평양어를 중심으로 하는 문화어체계를 새롭게 규정함으로써 민족어가 사회주의 안에서 발전하였다고 주장한다. 위기 상황을 극복하고, 외세의 오염으로부터 살아남아 세계에서 자랑스러운 언어가 되었다는 맥락화 과정은 영웅서사의 스토리텔링과 유사하다.³⁰⁹⁾

307) “《하나를 전체를 위하여, 전체는 하나를 위하여!》, 이 구호를 높이 들고 우리식 사회주의의 위력을 더욱 힘있게 떨치자,” 『로동신문』, 2021.3.1.

308) 북한의 표준어 제정과 관련한 내용은 전영선, 『북한의 언어-소통과 불통 사이의 남북언어』, pp. 86~98 참조.

북한의 표준 국어 체계인 ‘문화어’는 국가상징으로 호명되기 전부터 국가를 대표하는 기능을 수행했다. 문화어 제정의 명분은 민족어의 아름다움을 지키는 것이었다. 김일성은 표준어로 사용했던 서울말을 비판하면서 새로운 언어 표준체계를 요구했다. 서울말은 ‘남존여비 사상 썩어빠진 부르주아적 생활이 지배하는 말’, ‘고유한 우리말은 얼마 없고 영어, 일본말, 한자어가 섞인 잡탕말’이었기 때문이다.³¹⁰⁾

문화어 수립은 우리 민족 고유의 말을 유지, 보존하기 위해서는 평양의 아름다운 말을 표준어로 삼아야 한다는 것이 핵심이었다. 남북의 언어를 이야기할 때마다 서울말은 ‘다른 나라 말들이 판을 치고 있으며 외래어의 홍수시대가 되었다’고 비판되었다.³¹¹⁾

북한에서 언어는 곧 정치사업이었다. 우리 말 하나, 글 하나를 쓰는 것은 단순한 실무적 문제가 아니라 민족어의 순결성을 고수하고 사회생활의 모든 분야에서 주체성과 민족성을 살려 나가는 중요한 정치사업과 다름이 아니다.³¹²⁾ 북한이 민족어의 순수성을 강조하고 장려하는 것은 상대적으로 남한의 언어가 오염된 언어로서 민족적 자주성이 없다는 것을 부각하려는 의도도 있다.³¹³⁾

국가상징으로서 국어를 호명할 때는 ‘평양’을 직접적으로 드러낸다. 문화어로서 평양말은 “민족적형식을 특징짓는 중요한 표징”이자³¹⁴⁾ “민족의 존엄과 관련되는 사활적인 문제”로³¹⁵⁾ 민족문화 건설

309) 이지순, “‘우리국가제일주의’의 문화예술적 표상과 시사점,” p. 22.

310) 최정후, “민족어발전에 관한 리론,” 『위대한 령도자 김정일동지의 사상리론: 언어학』 (평양: 사회과학출판사, 1996), p. 54.

311) “문화어의 화원과 언어식민지,” 『로동신문』, 2015.6.4.

312) “민족어를 빛내이는 위대한 령도,” 『로동신문』, 2000.5.22.

313) 전영선, “북한 언어문화의 변화양상과 전망,” (광복 70주년 기념 겨레말 통합을 위한 국제학술회의 자료집, 2015.8.14.), p. 107.

314) 김일성, “조선로동당 제5차대회에서 한 중앙위원회사업총화보고 1970년 11월 2일,” 『조선로동당대회자료집(제Ⅲ집)』 (서울: 국토연구원, 1980), p. 47.

315) “항일혁명투쟁시기 민족어의 고수발전을 위한 투쟁에 쌓아올리신 불멸의 업적,” 『로동신문』, 2018.2.24.

의 굳건한 토대가 되는 고유한 민족어의 의미였다. 그러나 국어로서 ‘평양문화어’는 “인민적이며 혁명적인 문풍을 본보기로 하여 민족어의 고유한 특성과 우수성이 집대성되고 현대적으로 세련된 조선어의 전형”으로³¹⁶⁾ 규정된다.

김정은 체제에서 국가상징의 하나로 국어를 지정한 것은 문화적으로 독자적인 국가라는 것을 대외적으로 선포한다는 것을 의미한다. 김일성이 1960년대 중반까지 독자적인 언어 표준 제정에 대해 반대하였던 것도 남북이 민족국가로서 통일 과정에서 발생할 혼란을 우려했기 때문이다. 민족상징인 언어가 달라지는 것을 우려한 것이었다.

그러나 김정은 시대가 ‘(평양)문화어’가 아닌 국어를 호명하면서 대외적으로 언어의 독립성이 높아졌다. 한반도에서 남과 북의 민족적 공통성을 강조하던 것에서 문화적으로 차별성을 강조하는 것으로 정책이 달라졌다는 것을 보여주는 조치이다.

김정은은 2019년 4월 시정연설에서 ‘사회주의 우리 문화가 제일이고, 우리의 생활양식과 도덕이 제일이라는 긍지와 자부심’을 강조하면서, ‘집단주의적 생활기풍과 도덕기풍을 발휘’하여 시대적 미감에 맞는 “우리 식의 혁명적이고 량만적인 생활문화를 적극 창조하고 널리 향유”할 것을 강조하였다.³¹⁷⁾ 전 사회적으로 아름다운 도덕기풍이 차 넘치도록 하는 데 있어서 언어는 매우 중요하면서도 핵심 영역이기에 올바른 언어생활로 단결하고 화목한 사회를 이루자고 한 것이다.

언어생활을 문화적이고 예절있게 하는 것은 문명한 시민의 덕목에 해당한다. 사투리, 외래어, 한자어 대신 규범적인 말인 문화어를

316) “조선의 국가상징-세상에 자랑 높은 우리의 국어,” 『로동신문』, 2019.2.4.

317) 김정은, “현 단계에서의 사회주의건설과 공화국정부의 대내외정책에 대하여-조선민주주의인민공화국 최고인민회의 제1기 제1차회의에서 한 시정연설,” 『로동신문』, 2019.4.13.

사용해야 하며 언어생활에서 문화적 품격이 형성된다는 것이다. 특히 “반말을 하거나 란잡한 톤말을 하는 현상”은³¹⁸⁾ ‘비문화적 현상’으로 배격되었다.

또한, 국가상징으로서의 국어는 “강대하고 존엄높은 우리 국가”의 ‘자랑’이기 때문에 “잡탕말이 절대로 섞여들어오지 못하게” 강도 높게 투쟁할 것이 요구되었다.³¹⁹⁾ 특히 최근에는 청년 세대에게 유행하는 남한식 말투와 패션, 행동 양식을 금지하는 조치가 이루어졌다.³²⁰⁾ 이는 2021년 4월 세포비서대회에서 반사회주의, 비사회주의 근절을 강조한 김정은이 청년들의 옷차림, 머리단장 언행, 사람들과의 관계를 교양하고 통제할 것을 강조한 이후에 단속이 더욱 강해진 것으로 볼 수 있다.³²¹⁾ “충을 들고 덤벼드는 대적보다 더 위험한 것이 화려하게 채색된 간판말에 감행되는 부르조아사상문화적침투책동”이기³²²⁾ 때문에 개인의 자기표현인 옷차림과 헤어스타일을 사상정신 상태의 반영으로 보고 단속과 통제의 명분으로 삼았다. 이와 더불어 남한말과 같은 비사회주의 언어, 문명한 덕목과 거리가 먼 비속한 말, 평양문화어와 거리가 먼 사투리 등을 배격하여 언어에서 품격을 높일 것이 요구된 것이다.

결과적으로 국가상징 국어에 대한 강조는 자본주의 사상과 문화가 유입되지 않도록 강화하는 문화통제의 하나라고 할 수 있다. 국어는 국가의 정체성, 국민의 정신과 사상이 반영된 상징이기 때문이다.

318) “언어생활과 사람의 품격,” 『로동신문』, 2020.2.25.

319) “민족의 자랑 평양문화어,” 『민주조선』, 2020.6.23.

320) “남편을 오빠라 부르면 안돼”…北, MZ세대 남한식 말투 ‘금지령’,” 『연합뉴스』, 2021.7.8., <<https://www.yna.co.kr/view/AKR20210708118700504>> (검색일: 2021.10.26.).

321) 김정은, “조선로동당 제6차 세포비서대회에서 한 개회사,” 『로동신문』, 2021.4.7.; “경애하는 김정은동지께서 조선로동당 제6차 세포비서대회에서 결론 <현시기 당 세포강화에서 나서는 중요과업에 대하여>를 하시었다,” 『로동신문』, 2021.4.9.

322) “청년들은 사회주의사상과 문화의 체현자가 되자,” 『로동신문』, 2021.7.18.

다. 국가상징의 사회문화 브랜드 전략

국어는 국가상징이지만, 국풍은 국가상징이 아니다. 그러나 국가상징을 재정립하고 새로 제정하면서 ‘국(國)’이라는 글자는 국가를 대표하는 기호로 작용하게 되었다.

국풍과 국어로 대표되는 사회문화 브랜드 전략은 다음 세 가지로 요약할 수 있다.

첫째, 국풍과 국어는 사회주의 민족문화와 문명한 사회를 만드는 일상의 실천 브랜드이다. 국풍은 집단을 먼저 생각하고 실천하는 집단주의 원칙을 생활에서 실천하도록 국가의 이름으로 내건 대중운동으로 도덕기풍과 준법기풍으로 구성되어 있다. 도덕기풍은 문명한 사회의 건전한 생활문화를 만들기 위해 집단주의 생활을 만들고, 준법기풍은 사회주의 법치국가로서 도덕의 실천을 법으로 강화하자는 것이다. 또한, 평양문화어인 국어는 민족문화에 대한 자긍심을 가지고 일상에서 올바르게 사용해야 하는 실천 사항인 것이다.

둘째, 국풍과 국어는 국가와 문화적 정체성을 강화하는 애국 브랜드이다. 국풍이 함의하는 ‘국가’는 한 국가의 언어를 상징하는 ‘국어’와 함께 북한의 국가적, 문화적 정체성을 지키는 브랜드이다. 문명한 국가의 문화적 수준을 도덕과 준법으로 높이는 것도 애국이며, 외부 문화가 침습하지 않는 언어생활을 실천하는 것도 애국 행위이다.

셋째, 국풍과 국어는 생활양식과 행동을 제어하는 문화통제 브랜드이다. 국풍의 도덕기풍과 준법기풍, 국어의 언어생활은 사회주의 미풍양속의 주요 내용을 이루고 있다. 국풍과 국어는 곧 자본주의와 비사회주의 문화가 침습하지 않도록 사회질서를 확립하는 문화통제 성격을 가지고 있다.

종합해 볼 때, 국가상징의 사회문화 브랜드의 핵심은 북한 주민들이 일상에서 실천하는 데 있다. 국풍으로 강조되는 도덕과 준법, 국

어로 강조되는 문명한 언어생활은 일상생활과 행동을 애국으로 제어하는 사회문화 브랜드이자 문화통제 수단이라고 할 수 있다.

4. 소결

김정은 체제에서 국가상징은 국가 이미지를 개선하고, 상품의 브랜드로 주목받고 있다. 사회주의 정상국가를 지향하면서, 국제사회에서 북한의 이미지를 개선하는 자원으로 활용하고 있다. 대내적으로는 국가상징을 브랜딩한 제품을 통해 국산품 애용을 통한 내수 경제 활성화에 도움을 주고, 대외적으로 제품의 인지도를 끌어올리는 데 활용하고 있다.

국가상징의 새로운 접근은 김정은 시대가 세계화를 지향하며, 민생활 향상을 위한 제품 개발에 역점을 둔 정책과 맞물린다. 북한이 지향하는 세계화와 달리 국제사회에서 북한에 대한 인지도는 높지 않으며, 국가 이미지 또한 부정적인 면이 많다. 국가상징을 중심으로 뉴미디어를 활용한 콘텐츠의 개발은 변화하는 미디어 환경에 대한 적극적인 대응이라고 할 수 있다. 국가상징을 표현하는 방식 역시 뉴미디어의 특성에 맞추어 노골적인 체제 선전 방식을 축소하면서 북한이라는 국가를 밝고 긍정적으로 전환하는 데 뉴미디어를 적극적으로 활용하고 있다.

국가상징의 활용은 국가 이미지를 개선하는 정치 브랜드 전략과 인민생활 향상을 위한 경제 브랜드 전략을 내포하고 있다. 국가 이미지를 개선하는 정치 브랜드 전략은 외교적 공식성을 나타내는 국호, 국장, 국기 등을 주로 이용한다. 산업화와 관련한 경제 브랜드 전략은 국수, 국화, 국조, 국견 등 확장된 국가상징을 활용한다. 이들 국가상징은 구체적인 대상이 있는 상징으로 디자인의 방향에 따

라서 하나의 국가상징이라도 다양한 형태로 활용할 수 있다. 산업미술 분야에서는 새로운 상징으로서 국가상징을 브랜드로 개발하였다.

국가의 언어적 정체성을 나타내는 국어와, 도덕과 준법을 강조하는 국풍은 사회주의 미풍양속을 실천하는 사회문화 브랜드이다. 국풍은 사회주의 국가체제를 유지하고, 외부 문화의 침습을 막기 위해 집단주의 생활양식과 문화를 강조한 맥락에서 나왔다.

국가상징의 브랜드 전략은 한 마디로 애국 마케팅이라고 할 수 있다. 정치적으로는 대외적인 국가 이미지를 개선하고, 경제적으로는 경제 활성화를 위한 산업화와 연계되어 있다. 사회문화적으로는 애국을 일상에서 실천하여 북한의 국가 정체성과 문화를 유지하고 강화하는 것으로 정리할 수 있다.

V. 결론

이지순 통일연구원



국가상징은 국가 구성원들을 하나로 연결하는 매개체이자 대외적으로 그 나라의 정체성을 대표한다. 북한에서 관행적으로 민족문화를 상징하던 것을 별도로 규정하여 국가상징으로 지정한 것은 국가로서의 정체성과 위상을 강화하는 정책의 반영이라고 할 수 있다.

북한에서 국가상징을 처음 규정한 것은 1948년이였다. 대외적으로 국가를 선언하면서 국가를 상징하는 국가상징에 대해서 헌법으로 규정하였다. 1948년 「헌법」에서 규정한 국가상징은 국호, 국장, 국기였다. 이후로 관습적 상징과 문화적 상징을 전유하며 국가상징이 확장되었다.

1948년 이후 국가상징을 확장하는 과정에서 중요한 계기가 된 것은 첫째, 1990년대 사회주의 국가의 체제 전환이 진행되었던 시기, 둘째, 2016년 제7차 당대회가 개최되었던 시기의 맥락과 관련되어 있다.

1960년대부터 관습적으로 나라 꽃으로 불린 목란이 ‘국화’로 지정된 것은 1991년이였다. 1990년대 초기 북한이 대외적으로 유럽 사회주의 국가와 차별성을 강조하면서 사회주의 연대보다는 국가로서 위상 재정립이 필요했던 것과 관련되어 있다. 1967년에 문화어로 지정된 평양말이 국가상징 국어로 재정립 된 것은 최근에 와서이다. 그 외 대부분의 국가상징은 김정은 시대 개최되었던 제7차 당대회 맥락과 관련되어 있다. 북한은 제7차 당 대회를 통해 사회주의 정상국가로서 노동당의 영도를 분명하게 규정했다. 이와 함께 ‘우리 국가제일주의’를 강조하면서 사회주의 정상국가로서 국가 이미지를 개선할 필요성이 높아졌다. 재문맥화된 국가상징은 대내적으로는 애국을 강화하고, 대외적으로는 국격을 높이는 매개였다.

일반적으로 세계의 많은 나라가 국호, 국장, 국기, 국가(國歌), 국화를 국가상징으로 지정하고 있다. V장 결론에서는 외교적 공식성 맥락에서 국가상징의 재문맥화가 갖는 대내외적 함의를 종합적으로 정리하였다.

먼저, 국제적으로 공식성을 갖는 국가상징들을 재문맥화 함으로써 산출된 대내외적 함의는 다음과 같다.

첫째, 국호는 국가를 부르는 명칭이다. 재문맥화된 국호는 대내적으로 국가에 대한 소속감을 높이고, 대외적으로 국가의 합법적 공식성을 국제적으로 존중받고 공인한다는 의미가 있다.

둘째, 국장은 국가를 상징하는 문장이다. 대내적으로 김정은을 의미하는 국무위원장 표식으로 전유됨에 따라 김정은의 정치적 권위를 국가와 동일시한다. 대외적으로 국장은 중국, 베트남 등과 같이 사회주의와 연대하는 의미가 있다.

셋째, 국기는 국가의 정체성을 담은 시각적 표상이다. 재문맥화된 국기는 대내적으로 언제 어느 때든 자신의 일터와 자리에서 국가를 확인하고, 국가에 대한 소속감과 자긍심을 느끼게 하는 애국의 기호이다. 대외적으로 북한이라는 나라를 함축하는 국제(國體)를 의미한다.

넷째, 국가(國歌)는 나라를 대표하는 노래이다. 국가의례에 귀환한 국가(國歌)는 대내적으로 정권의 합법성과 정통성, 국가(國家)의 정상성을 의미하며, 국제경기 우승 세리머니의 〈애국가〉는 국민을 결속하는 매개가 된다. 대외적으로 북한을 대표하는 노래로, 국제대회나 국제행사에서 북한의 공식성을 알린다.

다섯째, 국화는 국가를 대표하는 꽃이다. 대내적으로 국화 목란은 수령에 대한 김정일의 충성과 일편단심의 의미가 있다. 대외적으로 경제적 가치뿐만 아니라 한 국가를 기념하는 지폐 도안에 사용됨으로써 북한을 대표하는 이미지의 공식성이 있다.

동식물을 국가상징으로 하는 나라는 많지만, 이를 새, 개, 나무로 세분하여 일일이 지정한 경우는 거의 없다. 참매, 풍산개, 소나무는 각각 오랜 전통문화의 유산이지만, 동시에 민족상징, 천연기념물, 혁명상징이기도 했다. 이를 국조, 국견, 국수로 격상한 것은 다음의 대내적 의미를 지닌다.

첫째, 국조, 국건, 국수는 민족의 기상과 기질을 의미한다. 국조 참매의 용맹함, 세계의 이름난 토종견들과 견주어도 부족할 것 없는 국건 풍산개의 작지만 이악스러움, 흰 눈을 이고 있지만 언제나 푸르름을 지키는 국수 소나무의 역센 기질은 곧 민족의 기상과 기개, 기질을 함축한다는 것이다.

둘째, 고난을 극복하여 승리하는 서사를 의미한다. 추운 북부 지방에 서식하는 참매는 혹독한 자연환경에 승리한 강인하고 용맹한 새이며, 풍산개는 멸종 위기에 처했지만 천연기념물로 보호되면서 순종 보존과 증식이 이루어졌고, 소나무는 김형직의 ‘지원(志遠)’이라는 혁명역사가 조국 광복을 맞이했다는 서사가 있다.

셋째, 최고지도자의 영도를 의미한다. 참매와 관련한 김정일, 풍산개와 관련한 김일성 일화는 역사문화적 맥락에서 최고지도자의 서사를 내포하고 있다. 게다가 소나무를 국수로 지정한 김정은은 정치적 권위와 위상을 혁명가계에 잇대고 있다.

넷째, 애국 마케팅과 문화융합의 의미가 있다. 국가상징을 일상생활용품의 디자인과 브랜드 개발에 응용하고 예술작품의 소재로 활용함으로써 브랜드 확장성을 담고 있으며, 정치적 이데올로기와 상품의 융합 가능성을 담고 있다.

국조 참매, 국건 풍산개, 국수 소나무는 국가상징으로 지정된 역사가 짧지만, 대외 선전 매체를 통해 형성되는 대외적 의미는 다음과 같다.

첫째, 국민의 우수한 성품과 기질을 의미한다. 용맹한 참매와 이악스러운 풍산개, 굳센 소나무의 기질은 곧 북한을 구성하는 국민의 국민성이자 우수한 성품을 나타낸다는 의미가 있다.

둘째, 자연유산이 풍부한 국가 이미지를 형성한다. 천연기념물 풍산개는 특히 북한 고유의 품종으로 북한을 홍보하는 데 유용하다. 이러한 국가상징은 호전적인 국가에서 동물을 사랑하는 국가로 북한의 이미지를 만들 수 있다.

셋째, 문화적 풍부함을 가진 국가 이미지를 형성한다. 참매는 매 사냥이라는 인류 유산, 소나무는 동아시아 문화와 예술과 연계되고 있다. 참매와 소나무를 국가상징으로 하는 북한은 독자적인 문화적 전통과 역사를 가진 나라이면서 동시에 세계와 연대하는 문화적 보편성을 함의한다.

다음으로 국주 평양소주와 국어 평양문화어는 다른 어디에도 없는 북한 고유의 국가상징의 유형을 보여준다.

먼저, 국주인 평양소주는 최고지도자의 인민 사랑을 담고, 대중이 쉽게 구할 수 있는 명주라는 대내적 의미가 있다. 대외적으로 국가상징의 라벨을 부여하여 북한을 상징하는 브랜드를 창출하고 산업화하는 전략이 내포되어 있다.

국어인 평양문화어는 대내적으로 민족문화의 자긍심과 국가 정체성을 의미하며, 국어 사용은 곧 애국의 실천을 의미한다. 대외적으로는 고유의 언어를 가진 국가의 문화적 위상을 내포한다.

마지막으로 국가상징은 아니지만, 국가상징의 지위를 갖는 수도 평양의 대내적 의미는 북한의 심장이자 주체의 성지이다. 대외적으로 평양은 자연과 문화유산, 전통과 현대, 사회주의적 문화와 글로벌 문명이 공존하는 도시 이미지로 홍보되고 있다. 평양의 브랜딩은 평양의 품격을 통해 폐쇄되고 낙후된 기존의 국가 이미지를 개선하는 데 목적이 있다.

국풍으로 강조되는 도덕기풍과 준법기풍은 대외적으로 예절과 법을 중시하는 것으로 보여질 수 있지만, 대내적으로 문화통제 수단이다. 자본주의 및 제국주의 문화 침습을 막기 위해 주민들의 일상생활 양식과 행동을 도덕과 법으로 규제하기 때문이다.

국가상징의 재문맥화는 북한의 국가 이미지를 온전하고 합당하게 전환하는 역할을 한다. 특히 대외선전 매체에 게시된 국가상징은 북

한이 문화적, 전통적, 역사적 비중을 가진 온전한 나라로 비추게 한다. 대내적으로는 문화적, 정치적, 역사적 자긍심을 고취하는 한편 애국을 고취하여 체제를 유지하는 선전의 하나이다.

국가상징의 브랜드 전략은 한 마디로 애국 마케팅이라고 할 수 있다. 정치적으로는 대외적인 국가 이미지를 개선하고, 경제적으로는 경제 활성화를 위한 산업화와 연계되어 있다. 사회문화적으로는 애국을 일상에서 실천하여 북한의 국가 정체성과 문화를 유지하고 강화하는 것으로 정리할 수 있다.

참고문헌

1. 단행본

- 강동원. 『북한담배』. 부산: 너나드리, 2019.
- 국가정보원. 『북한법령집(상)』. 서울: 국가정보원, 2020.
- 김광운. 『북조선실록: 년표와 사료. 22. 1948.08.08. -1948.09.10.』. 서울: 코리아 데이터 프로젝트, 2018.
- 김광철. 『평양(력사유적, 유물)』. 평양: 외국문출판사, 2018.
- 김일성. 『김일성저작집2 (1946.1-1946.12)』. 평양: 조선로동당출판사, 1979.
- _____. 『김일성전집 제4권』. 평양: 조선로동당출판사, 1992.
- _____. 『김일성전집 제22권』. 평양: 조선로동당출판사, 1998.
- _____. 『조선로동당대회자료집(제Ⅲ집)』. 서울: 국토연구원, 1980.
- 김정설. 『(평양전설 그림책)을밀대의 소나무』. 평양: 문학예술출판사, 2010.
- 김정일. 『김정일선집. 제3권: 1973』. 평양: 조선로동당출판사, 1993.
- _____. 『김정일선집 12』. 평양: 조선로동당출판사, 1997.
- _____. 『김정일선집. 제3권: 1961.5-1961.12』. 평양: 조선로동당출판사, 2013.
- _____. 『주체문학론』. 평양: 조선로동당출판사, 1992.
- 김주경. 『은혜로운 품속에서』. 평양: 문예출판사, 1978.
- 김화명 편집, 권지혜 글. 『조선의 국수: 소나무』. 평양: 평양출판사, 2015.
- 롤랑 바르트. 이화여자대학교 기호학연구소 역. 『현대의 신화』. 서울: 동문선, 1997.
- 리광철. 『(노래집)위대한 내 나라』. 평양: 문학예술출판사, 2018.
- 마틴 개논 지음, 최윤희 외 옮김. 『세계 문화 이해』. 서울: 커뮤니케이션 북스, 2002.

- 박영자·김수경·현인에·황의정. 『북한의 주민 이탈과 법적 대응』. 서울: 통일연구원, 2018.
- 사이몬 안홀트. 김유경 역. 『국가 브랜드 국가 이미지』. 서울: 커뮤니케이션북스, 2013.
- 손희두. 『북한 법이념의 변화와 남북한 법제협력』. 서울: 한국법제연구원, 2014.
- 오경섭·김진하·홍석훈·이지순·한기범·이해정·이혜진. 『김정은 정권 통치담론과 부문별 정책변화: 텍스트마이닝을 이용한 담화·연설 분석』. 서울: 통일연구원, 2020.
- 외국문출판사. 『대집단체조와 예술공연 인민의 나라』. 평양: 외국문출판사, 2019.
- _____. 『오늘의 평양』. 평양: 외국문출판사, 2020.
- _____. 『평양(문화)』. 평양: 외국문출판사, 2018.
- 이창현. 『국가브랜드와 한류』. 파주: 한국학술정보(주), 2011.
- 장명봉 편. 『북한법·통일법 연구 기초자료집: 2015 최신 북한법령집』. 서울: 북한법연구회, 2015.
- 전영선. 『북한의 언어-소통과 불통 사이의 남북언어』. 광명: 경진출판사, 2015.
- _____. 『어서와 북한영화는 처음이지』. 서울: 늘품플러스, 2019.
- 정현규. 『이제 통일한국의 상징을 준비할 때다』. 서울: 도서출판 삶과 꿈, 2003.
- 조선우표사. 『국가핵무력완성의 역사적대업 실현』. 평양: 조선우표사, 2017.
- 최정후. 『위대한 령도자 김정일동지의 사상리론: 언어학』. 평양: 사회과학출판사, 1996.
- 최희선. 『북한에도 디자인이 있을까? 북한산업미술 70년(2000-2018)』. 서울: 도서출판 담디, 2020.

Bonner, Nicholas. *Made in North Korea: Graphics From Everyday Life in the DPRK*. London: Phaidon Press, 2017.

King, Ross. *Exploring North Korean Art*. edited by Rüdiger Frank. Wien: Universität Wien, 2010.

2. 논문

강혜석. “김정은 시대 통치담론 변화와 ‘국가’의 부상 : <김정일애국주의>와 <우리국가제일주의>를 중심으로.” 『국제정치논총』. 제59집 3호, 2019.

구본혜·김미현. “네오 팝아트 방식을 적용한 국가상징 패턴 개발-무궁화. 태극기. 국새를 중심으로.” 『복식문화연구』. 제23권 4호, 2015.

김영만. “국가브랜드 가치 제고를 위한 무궁화의 활용 방안 연구.” 『한민족 문화연구』. 제32집, 2010.

김영희. “국가상징물 태극기를 소재로 한 디자인 활용방안에 관한 연구.” 『한국디자인포럼』. 제3집, 1998.

김영희·최수정. “국가 상징물 이미지 통합연구.” 『디자인학연구』. 제14권 3호, 2001.

김일관. “한글을 활용한 국가상징 기념상품 디자인 연구.” 『조형미디어학』. 제17권 4호, 2014.

김정철. “우리 국가제일주의의 본질적내용.” 『김일성종합대학학보: 철학, 경제학』. 제64권 4호, 2018.

리종무. “우리나라를 체육강국의 지위에 올려세우는 것은 우리 당의 확고한 결심.” 『근로자』. 제2권, 2013.

리현숙. “김정일애국주의는 우리 국가제일주의의 사상정신적원천.” 『철학, 사회정치학 연구』. 3호, 2018.

박성호·이화준·김용호. “북한은 유튜브를 통해 무엇을 말하는가?-주제 분석과 텍스트마이닝 기반 분석을 중심으로.” 『북한연구학회보』.

- 제25권 1호, 2021.
- 박은경. “대외관광시장체계의 구조와 기능.” 『경제연구』, 3호, 2018.
- 박한우. “북한 유튜브 채널 분석-‘조선의 오늘’에 대한 이용자 반응과 텍스트 분석.” 『Journal of the Korean Data Analysis Society』, 제20권 5호, 2018.
- 박희진. “평양의 백화점과 도시 이미지 판매전략.” 『아태연구』, 제28권 1호, 2021.
- 서성일. “경애하는 최고령도자 김정은동지께서 밝히신 우리 국가제일주의에 관한 사상.” 『철학, 사회정치학연구』, 2호, 2018.
- 서정호·전수진. “유튜브를 활용한 북한의 프로파간다 이미지 변화 연구.” 『커뮤니케이션디자인학연구』, 제74호, 2021.
- 성기영. “평양발 공공외교를 상상하기.” 『전략노트』, 7호, 2021.
- 이지순. “김정은 시대 국가주의와 문화적 퍼포먼스.” 『동아시아문화연구』, 제81집, 2020.
- _____. “우리국가제일주의의 문화예술적 표상과 시사점.” 『KINU Insight』, No. 4, 2019.
- 이진구. “국가상징의 융합적인 활용을 통한 홍보연구.” 『한국과학예술융합학회』, 제23집, 2016.
- 이효복·김유경·오혜라. “국가에 대한 경험방식과 지식이 국가이미지와 전반적 평가에 미치는 영향에 관한 연구.” 『국제지역연구』, 제25권 1호, 2021.
- 장동국. “우리 국가제일주의를 높이 들고나가는데서 나서는 중요요구.” 『철학, 사회정치학연구』, 3호, 2018.
- 전영선. “북한 언어문화의 변화양상과 전망.” (광복 70주년 기념 겨레말 통합을 위한 국제학술회의 자료집), 2015.
- _____. “사회주의 미풍양속과 준법기풍으로 본 북한의 문화검열.” 『통일인문학』, 84집, 2020.
- 전윤경. “브랜드 가치를 높이는 문화마케팅 연구.” 『문화콘텐츠연구』, 제17호, 2019.

- 정가영. “미디어 변화에 따른 국가브랜딩의 재개념화 및 새로운 패러다임 전환에 관한 연구.” 『한국콘텐츠학회논문지』. 제20권 1호, 2020.
- 정영철. “남북한 대립 상징의 구조와 변화.” 『북한연구학회보』. 제11권 제1호, 2007.
- _____. “북한의 ‘우리 국가제일주의’-국가의 재등장과 ‘체제 재건설’의 이데올로기.” 『현대북한연구』. 제23권 1호, 2020.
- 조재현. “북한헌법상 기본권조항 변화의 특징과 전개방향.” 『신진연구자 연구용역 최종보고서』. 통일부, 2017.
- 최용석·김효미. “소셜 미디어를 이용한 공공외교가 국가이미지와 국가 브랜드에 미치는 영향에 관한 연구.” 『한국콘텐츠학회논문지』. 제16권 3호, 2016.
- 최희선. “북한산업미술(디자인)의 최근 변화: 김정일-김정은 집권 시기 매체에 소개된 디자인 사례 비교를 중심으로.” 『통일부 신진연구자 논문집』, 2015.
- 하승희. “북한의 유튜브 대외 선전매체 활용 양상.” 『북한학연구』. 제16권 2호, 2020.
- 허선혜. “평양에 대한 북한의 인식과 태도: 『민족문화유산』에 나타난 평양 소재 문화재 기사를 중심으로.” 『서울도시연구』. 제17권 4호, 2016.
- Porter, Michael E. “The Competitive Advantage of Nations.” *Harvard Business Review*, March-April, 1990.

3. 기타 자료

〈언론·인터넷〉

- 『경향신문』.
 『금수강산』.
 『뉴시스』.

『로동신문』.
『메아리』.
『민주조선』.
『미국의 소리』.
『북한』.
『연합뉴스』.
『오마이뉴스』.
『자주시보』.
『조선』.
『조선여성』.
『조선문학』.
『조선신보』.
『조선예술』.
『조선중앙통신』.
『조선중앙TV』.
『주간조선』.
『중앙일보』.
『천리마』.
『통일뉴스』.
『통일신문』.
『Daily NK』.
『KBS NEWS』.
『NK경제』.
Foreign Trade of the DPRK.
Korea Today.
NPR NEWS.

국가브랜드위원회 <<https://www.17koreabrand.pa.go.kr>>.

국가해사감독국 <<https://www.ma.gov.kp>>.

내나라 <<https://www.naenara.com.kp>>.

농촌진흥청 국립축산과학원 <<https://nias.go.kr>>.

류경 <<https://www.ryugyongclip.com>>.

민주평화통일자문회의 블로그 <<https://blog.naver.com/nuacmail>>.

법률정보서비스 예스로 <<https://www.yeslaw.com>>.

우리역사넷 <<https://contents.history.go.kr>>.

위키백과 <<https://www.kowikipedia.org>>.

조선예술 <<https://korart.sca.kp>>.

조선우표사 <<https://korstamp.com.kp>>.

조선의 오늘 <<http://dprktoday.com>>.

통일법제데이터베이스 <<https://www.unilaw.go.kr>>.

행정안전부 국가기록원 <<https://theme.archives.go.kr>>.

Bloom Consulting & Digital Demand <<https://www.digitalcountryindex.com>>.

Bloom Consulting <<https://www.bloom-consulting.com>>.

Global Brand Database <<https://www.wipo.int>>.

The Heritage Foundation <<https://www.heritage.org>>.

UNDESA <<https://publicadministration.un.org>>.

bilibili New DPRK 채널 <<https://space.bilibili.com/95691866?from=search&seid=2944179709217467188>>.

Pinterest 조선의 오늘 계정 <<https://www.pinterest.co.kr/dprktoday>>.

YouTube 조선의 오늘 채널 <<https://www.youtube.com/channel/UCPkPPZmsxf06rrQfyFaLKyQ>>.

YouTube 주권방송 채널 <<https://www.youtube.com/c/The615tv>>.

YouTube KanccTV 채널 <<https://www.youtube.com/channel/UC1C0FyBimXhxfkc5qXKQHgg>>.

YouTube K,N 채널 <https://www.youtube.com/channel/UCR3CxxC0zIdAukS9_O71MLA>.

YouTube NEW DPRK 채널 <https://www.youtube.com/channel/UCktAYwdwHNQn4JqwbF8i_pg/about>.

YouTube Sam jiyon 채널 <<https://www.youtube.com/channel/UCsUzcuvRZmPfJIqPcnmo3xw/about>>.

YouTube supersuhui 채널 <<https://www.youtube.com/user/supersuhui/featured>>.

〈북한 법령·법규〉

「조선민주주의인민공화국 국기법」.

「조선민주주의인민공화국 사회주의헌법 (1972년 채택)」.

「조선민주주의인민공화국 사회주의헌법 (1992년 개정)」.

「조선민주주의인민공화국 사회주의헌법 (1998년 개정)」.

「조선민주주의인민공화국 사회주의헌법 (2009년 개정)」.

「조선민주주의인민공화국 사회주의헌법 (2010년 개정)」.

「조선민주주의인민공화국 사회주의헌법 (2012년 개정)」.

「조선민주주의인민공화국 사회주의헌법 (2016년 개정)」.

「조선민주주의인민공화국 사회주의헌법 (2019년 개정)」.

「조선민주주의인민공화국 상표법 (2012년)」.

「조선민주주의인민공화국 헌법 (1948년 채택)」.

「조선민주주의인민공화국 형법」.

「조선민주주의인민공화국 평양시관리법」.

〈북한 영상 자료〉

영화 <고구려의 젊은 무사들>. 평양: 조선4.26아동영화촬영소, 2010-2012.

조선영화촬영소. 영화 <우리 집 이야기>. 평양: 목란비디오, 2017.

〈기타 북한 자료〉

국장. 〈조선대백과사전 DVD〉. 평양: 삼일포정보센터, 2001-2005.
애국가. 〈문학예술대사전 DVD〉. 평양: 삼일포정보센터, 2001-2005.

〈자문회의 결과〉

강혜석. “북한의 국가 브랜드 전략과 전망.” 통일연구원 자문회의 자료.
2021.5.11.
배인교. “국가(國歌) 상징의 뉴미디어 활용 양상.” 통일연구원 자문회의
자료. 2012.4.21.
_____. “보고서 심층 구성을 위한 전문가 좌담회.” 통일연구원 전문가
좌담회 자료. 2021.8.13.

〈보고서·자료집〉

김영희. “북한 기업의 상표 이용 증가와 의미.” 주간KDB리포트.
2021.1.11.

최근 발간자료 안내

연구보고서

2019년도 연구보고서

<연구총서>

2019-01	트럼프 행정부의 안보전략과 한반도 평화체제의 전망: 미국의 적대국 관계정상화 사례와 한반도에 주는 시사점	이기태 외	8,000원
2019-02	남북관계 2023: 도전요인과 대북정책 추진방향	김갑식 외	17,500원
2019-03	한반도 평화협정의 법적 쟁점과 과제	도경욱, 안준형	8,500원
2019-04	한반도 평화체제 구축을 위한 국제협력	이재영, 김주리	8,000원
2019-05	화해협력 이론과 사례 그리고 한반도	서보혁 외	12,000원
2019-06	한반도 평화체제 구축을 위한 한중협력방안	이재영 외	11,500원
2019-07	북한 여성의 일상생활과 젠더정치	조정아 외	11,000원
2019-08	북한 변화의 변수와 경로: '핵문제'와 '개혁·개방'의 조합을 중심으로	박영자 외	11,000원
2019-09	남북연합 연구: 이론적 논의와 해외사례를 중심으로	이무철 외	15,000원
2019-10	뉴노멀시대 미중관계 변화와 한국의 대북·통일전략	신중호 외	18,000원
2019-11	남북한 인도협력 방안과 과제: 인도·개발·평화의 트리플 넥서스	홍석훈 외	9,000원
2019-12	남북 사회문화교류 활성화를 위한 교류거버넌스 구축방안: 체육교류를 중심으로	이우태 외	9,000원
2019-13	분권형 대북정책 추진 전략과 실천과제: 대북교류협력정책의 지속가능성 제고 방안을 중심으로	나용우 외	10,000원
2019-14	북한 외교정책: 정책패턴과 북핵외교 사례분석	김진하 외	10,000원
2019-15	김정은 정권 핵심집단 구성과 권력 동학	오경섭 외	9,500원
2019-16	북한이탈주민 가치적응 실태연구: 지역사회통합 중심으로	김수경 외	7,500원
2019-17	변화하는 통일환경에 따른 대북·통일정책 개선과제: 신한반도체제 구상을 중심으로	조한범 외	14,500원
2019-18	남북교류협력 재개 과정에서의 신변안전 보호에 관한 연구 - 영사접견 기능의 제도화를 중심으로 -	이규창 외	11,500원
2019-19	국민과 함께하는 통일·대북 정책	이상신 외	24,000원
2019-20	한반도 평화와 남북 협력 종합연구 총론: 평화·경제·화해 협력 구상	서보혁	10,000원
2019-21	한반도 평화체제 관련 쟁점과 이행방안	서보혁 외	14,000원
2019-22	2019 한국인의 평화의식	박주화 외	19,000원

2019-22-01	평화의식 문항별 분석	박주화	18,500원
2019-22-02	평화의식 문항별 테이블	박주화	14,500원
2019-23	평화교육의 실태와 쟁점: 통일교육과의 접점을 중심으로	조정아 외	12,000원
2019-24	북한 실태 연구: 도시경제의 네트워크와 로지스틱스	홍 민 외	10,500원
2019-25	김정은 시대 서부 주요 도시의 기업현황 및 가동률 결정요인 분석	정은외	14,000원
2019-26	남북경협 발전 잠재력과 정책 과제	김석진, 홍제환	10,000원
2019-27	한반도 평화·변영 실현을 위한 국경 협력	현승수 외	14,000원
2019-28	한반도 접경국과의 초국경 관광·교통 협력	최장호 외	10,000원
2019-29	주변국의 사이버 환경과 한반도 평화체제 구축	채재병 외	8,500원
2019	제3세대 인권과 북한	인도협력연구실 편	16,500원

<정책연구시리즈>

2019-01	한반도 평화협정문 구상과 제안	김상기 외	
2019-02	국제전략환경의 변화와 한국의 신남방정책	이기태, 배정호	
2019-03	국제 비교를 통해 본 북한의 생활수준	김석진, 홍제환	
2019-04	급변하는 동북아 정세가 한국인의 주요 인접국가 인식에 미치는 영향: 한미동맹과 한일관계를 중심으로		이상신 외

<Study Series>

2019-01	North Koreans' Current Living Conditions Based on UNICEF Survey Results: With a Focus on the Status of Infant Nutrition	Hong, Jea Hwan	
2019-02	The Impact of Sanctions on the Enjoyment of Human Rights	Do, Kyung-ok · Baek, Sangme	
2019-03	South Koreans' Perception on Peace: With a Focus on Peace, War, the Way Peace is Realized, and the Attitude for Inter-Korean Reconciliation	Kim, Kap-Sik · Park, Juhwa	

2020년도 연구보고서

<연구총서>

2020-01	평화경제 실현방안: 국제협력을 중심으로	김석진, 홍제환	10,000원
2020-02	남북한 주민 왕래 및 이주와 혼인에 관한 법적 연구	이규창, 문선혜	10,000원
2020-03	북한 주민의 정보접근에 관한 연구	김수암 외	9,000원
2020-04	평화-인권-발전의 트리아앵글: 이론적 검토와 분석틀	홍석훈 외	11,000원
2020-05	중·러 협력과 한반도 평화·변영	현승수 외	11,500원
2020-06	한반도 평화변영과 북일관계 연구	이기태 외	8,000원

2020-07	미국의 대북 독자제재: 정치적 배경과 법적 기반 분석	민태은 외	8,500원
2020-08	남북기본합정 체결방향과 과제	도경옥 외	9,000원
2020-09	남북연합 구상과 추진방안	이무철 외	11,000원
2020-10	새로운 한반도 구상 추진전략과 정책과제	김갑식 외	13,000원
2020-11	평화공감대 확산 추진전략과 정책과제	박주화 외	12,500원
2020-12	한반도 비핵·평화 프로세스 추진전략과 정책과제	정성윤 외	15,500원
2020-13	한반도 신경제구상 추진전략과 정책과제	정은이 외	11,000원
2020-14	신남방정책·신북방정책 추진전략과 정책과제	나용우 외	14,500원
2020-15	해외의 시각으로 본 신남방·신북방정책의 평가와 과제	나용우 외	17,500원
2020-16	2020 한국인의 평화의식	박주화 외	14,500원
2020-16-01	2020 한국인의 평화의식: 문항별 분석	박주화	16,500원
2020-16-02	2020 한국인의 평화의식: 문항별 테이블	박주화	16,500원
2020-17	'통일에 대한 태도' 척도 개발 및 타당화 연구	박주화 외	12,500원
2020-18	평화경제의 비전과 추진방향: 남북 육상·해양협력을 중심으로	서보혁 외	20,000원
2020-19	국제 평화경제 사례와 한반도	조한범 외	11,500원
2020-20	북한의 발전전략과 평화경제: 사회기술시스템 전환과 지속가능한 발전목표	홍 민 외	18,000원
2020-21	강대국 경쟁과 관련국의 대응: 역사적 사례와 시사점	신종호 외	23,000원
2020-22	북한의 인구변동: 추세, 결정요인 및 전망	홍제환 외	14,000원
2020-23	체제전환 과정에서의 인구구조 변화 연구	최창호 외	7,000원
2020-24	'지식경제시대' 북한의 대학과 고등교육	조정아 외	13,000원
2020-25	KINU 통일외식조사 2020: 주변국 인식 비교연구	이상신 외	24,500원
2020-26	김정은 정권 통치담론과 부문별 정책 변화: 텍스트마이닝을 이용한 담화·연설 분석	오경섭 외	14,500원

〈정책연구시리즈〉

2020-01	감염병 공동대응을 위한 남북인도협력	이규창 외
2020-02	2020년 미국 대통령 선거 분석과 국내외 정책 전망	민태은 외

〈Study Series〉

2020-01	The Peace Agreement on the Korean Peninsula: Legal Issues and Challenges Do, Kyung-ok·Ahn, Jun-hyeong
2020-02	Variables and Pathways of Changes in North Korea: Focused on Different Combination of 'Nuclear Issues' and 'Reform·Opening' Park, Young-Ja·Jeong, Eun Mee·Han, Ki Bum
2020-03	Daily Lives of North Korean Women and Gender Politics Cho, Jeong-ah·Yee, Ji Sun·Yi, Hee Young
2020-04	2019 Annual Reports of Attitude of Koreans toward Peace and Reconciliation Park, Juhwa et al.

2021년도 연구보고서

〈연구총서〉

2021-01 남북 민생협력의 효율적 추진방안: 추진체계, 사업기획 및 성과관리	김석진·홍제환 8,000원
2021-02 북한의 사회불평등 연구: 건강 및 교육 불평등과 인권	최규빈 외 9,000원
2021-03 국가상징의 문화적 형상과 북한의 브랜드 전략	이지순 외 9,000원
2021-04 남북 지식협력: 현황 및 추진방향	김수암 외 9,500원
2021-05 유네스코 공동등재를 활용한 남북 문화유산협력	이우태 외 11,000원
2021-06 미국의 평화정책과 전망: 한반도 평화구축을 위한 한미관계	민태은 외 10,000원
2021-07 평화·통일 공공외교 추진기반 조성을 위한 민간의 역할과 개선방안: 주변 4국을 중심으로	전병곤 외 14,500원
2021-08 동아시아 평화·번영을 위한 비전통 안보 협력	이재영 외 11,500원
2021-09 국제협력 성패 결정요인에 대한 이론 연구	정성윤 10,500원
2021-10 북한의 정보화와 주민생활 변화	정은미 외 10,500원
2021-11 김정은 지배체제 구축과 권력 안정화	오경섭 외 10,500원
2021-12 김정은 정권의 핵 외교와 대외정책 변화	김진하 외 18,000원
2021-13 김정은 시대 북한경제: 경제정책, 대외무역, 주민생활	홍제환·김석진 10,000원
2021-14 김정은 시대 북한의 사회정책: 복지와 통제를 중심으로	정은미 외 9,500원
2021-15 KINU 통일외식조사 2021: 통일·북한 인식의 새로운 접근	이상신 외 22,500원
2021-16 통일준비를 위한 북한의 SDGs 소개와 지표분석	황수환 외 16,000원
2021-17 남북 재해재난 공동관리시스템 구축 필요성과 추진방향	나용우 외 16,500원
2021-18 남북 접경지역 재해·재난 대응력 제고를 위한 '방재전이공간(TSDP)' 조성방안 기본 연구	김형수 외 9,500원
2021-19 북한의 성·재생산 건강과 권리 I: 여성과 섹슈얼리티	박영자 외 13,500원
2021-20 북한의 성·재생산 건강과 권리 II: 모성과 양육	이윤진 외 11,000원
2021-21 평화의 인권·발전 효과와 한반도	서보혁 외 11,000원
2021-22 미중 전략경쟁과 한국의 대응: 역사적 사례와 시사점	신종호 외 23,500원
2021-23 한반도 평화 실현을 위한 주변국 협력 방안	이기태 외 13,000원
2021-24 한반도 평화에 대한 일본의 대한민국 협력 방안	최희식 외 11,000원
2021-25 세계질서의 재편과 신한반도체제	박은주 외 19,000원
2021-26 북한발전모델과 한반도 컨센서스	이재영 외 23,000원
2021-27 한반도 군비경쟁과 평화 정착	장철운 외 14,000원
2021-28 한반도 생활공동체 형성을 위한 남북협력 방향 모색	최지영 외 16,500원
2021-29 북한 일상생활 공동체의 변화	최지영 외 12,000원
2021-30 한반도 평화와 남북협력을 위한 근미래 전략과 주요사업 추진방안	김갑식 외 12,000원
2021-31-01 평화공동대 확산 근미래 전략과 주요사업 추진방안	박주화 외 10,000원
2021-31-02 2021 한국인의 평화의식	박주화 외 11,500원

2021-32	한반도 평화·비핵 프로세스 근미래 전략과 주요사업 추진방안	이무철 외 14,000원
2021-33	한반도 신경제구상 근미래 전략과 주요사업 추진방안	정은이 외 14,000원
2021-34	신남방정책·신북방정책 근미래 전략과 주요사업 추진방안	조한범 외 16,500원

〈정책연구시리즈〉

2021-01	2020년 미 대선 이후 한미관계 전망에 대한 여론조사	이상신 외
---------	--------------------------------	-------

〈Study Series〉

2021-01	International Cooperation for Peace and Prosperity on the Korean Peninsula	Suk-Jin Kim
2021-02	North Korea's Income-Population Puzzle	Jea Hwan Hong · Suk-Jin Kim
2021-03	North Korea's College and University and Higher Education System in an 'Era of Knowledge Economy'	Jeong-ah Cho · Choon Geun Lee · Hyun-suk Oum
2021-04	A Study on the Access to Information of the North Korean People	Soo-Am Kim et al.

KINU Insight

2018-01	2018년 김정은 신년사 분석과 정세 전망	홍 민 외
2019-01	2019년 김정은 신년사 분석과 정세 전망	홍 민 외
2019-02	김정은 정권의 정보화 실태와 특징: ICT 부문을 중심으로	정은미
2019-03	미국의 INF조약 탈퇴 의미와 트럼프 행정부의 군사·안보 전략에 대한 함의	김주리
2019-04	'우리 국가제일주의'의 문화예술적 표상과 시사점	이지순
2019-05	중국의 4차 산업혁명과 북한에 주는 함의	이재영
2019-06	한반도 국제정세의 역동성과 한국의 대응 방향	서보혁
2019-07	신한반도 체제 구상의 이해	조한범
2019-08	최근 한반도 정세 평가와 정책 과제	김갑식 외
2020-01	북한의 제7기 제5차 당중앙위원회 전원회의 분석과 정세 전망	홍 민 외
2020-02	평화의 경제적 가치: 2018 남북 간 주요 군사합의를 중심으로	장철운
2020-03	미국의 對北성공 관계정상화 프로세스와 대북정책	김유철
2020-04	대북제재 강화가 북한경제에 미치는 영향 - 북중무역 감소의 파급효과를 중심으로	최지영
2021-01	북한 조선노동당 제8차 대회 분석	홍 민 외
2021-02	김정은 시대 주요 전략·정책용어 분석	홍 민 외
2021-03	2014~2020년 북한시장의 소비자물가 및 환율 변동: 추세, 특징, 시사점	최지영

북한인권백서

북한인권백서 2018	한동호 외	20,000원
White Paper on Human Rights in North Korea 2018	한동호 외	24,000원
북한인권백서 2019	김수경 외	20,000원
White Paper on Human Rights in North Korea 2019	김수경 외	24,500원
북한인권백서 2020	이규창 외	21,500원
White Paper on Human Rights in North Korea 2020	이규창 외	27,000원
북한인권백서 2021	오경섭 외	21,000원
White Paper on Human Rights in North Korea 2021	오경섭 외	27,000원

연례정세보고서

2018	2019 한반도 정세 전망	통일연구원
2019	2020 한반도 정세 전망	통일연구원
2020	2021 한반도 정세 전망	통일연구원
2021	2022 한반도 정세 전망	통일연구원

정기간행물

통일정책연구, 제27권 1호 (2018)	10,000원
<i>International Journal of Korean Unification Studies</i> , Vol. 27, No. 1 (2018)	10,000원
통일정책연구, 제27권 2호 (2018)	10,000원
<i>International Journal of Korean Unification Studies</i> , Vol. 27, No. 2 (2018)	10,000원
통일정책연구, 제28권 1호 (2019)	10,000원
<i>International Journal of Korean Unification Studies</i> , Vol. 28, No. 1 (2019)	10,000원
통일정책연구, 제28권 2호 (2019)	10,000원
<i>International Journal of Korean Unification Studies</i> , Vol. 28, No. 2 (2019)	10,000원
통일정책연구, 제29권 1호 (2020)	10,000원
<i>International Journal of Korean Unification Studies</i> , Vol. 29, No. 1 (2020)	10,000원
통일정책연구, 제29권 2호 (2020)	10,000원
<i>International Journal of Korean Unification Studies</i> , Vol. 29, No. 2 (2020)	10,000원
통일정책연구, 제30권 2호 (2021)	10,000원
<i>International Journal of Korean Unification Studies</i> , Vol. 30, No. 2 (2021)	10,000원

기타

2018	한반도 평화체제 및 비핵화 관련 자료집	박주화, 윤혜령 53,500원
2018	북한의 건강권	이금순 외
2018	The Right to Health in North Korea	Lee, Keumsoon et al.
2018	미·중·일·러 한반도 정책 연구 네트워크 디렉토리	김진하 외
2020	동서 화해사상으로 본 통일공동체의 상과 과제	김범수 외
2020	DMZ 접경지역의 비평화 실태에 관한 인문학적 연구: 전략촌을 중심으로	정근식 외
2021	국제 평화문서 번역집	서보현·옹혜민 엮음

통일연구원 定期會員 가입 안내

통일연구원은 민족공동체 실현을 위한 국민 역량을 축적하고 통일환경 변화에 적극적·주도적으로 대응할 수 있도록 통일문제에 관한 제반 사항을 전문적, 체계적으로 연구하고 있습니다. 본원의 연구성과에 관심이 있는 분들에게 보다 많은 정보와 자료를 제공하고자 연간 회원제를 운영하고 있습니다.

연간 회원에게는 간행물을 우편으로 우송해 드리며 각종 학술회의에 참석할 수 있는 혜택을 드립니다.

1. 회원 구분

- 가) 학생회원: 대학 및 대학원생
- 나) 일반회원: 학계나 사회기관소속 연구종사자
- 다) 기관회원: 학술 및 연구단체 또는 도서관

2. 가입방법

- 가) 회원 가입신청서 작성
- 나) 신한은행 140-002-389681(예금주: 통일연구원)으로 계좌입금
- 다) 연회비: 학생회원 7만원, 일반회원 10만원, 기관회원 20만원

3. 회원 특전

- 가) 연구원이 주최하는 국제 및 국내학술회의 등 각종 연구행사에 초청
- 나) 연구원이 발행하는 정기간행물인 『통일정책연구』, International Journal of Korean Unification Studies, 단행본 시리즈인 연구총서, 협동연구총서 등 우송
- 다) 도서관에 소장된 도서 및 자료의 열람, 복사이용
- 라) 통일연구원 발간자료 20% 할인된 가격에 구입

4. 회원가입 문의

- 가) 주소: (06578) 서울시 서초구 반포대로 217 통일연구원 도서회원 담당자
- 나) 전화: (02)2023-8009, FAX: (02)2023-8293, E-Mail: books@kinu.or.kr
- 다) 홈페이지: <http://www.kinu.or.kr>

※ 가입기간 중 주소 변경 시에는 즉시 연락해 주시기 바랍니다.



국가상징의 문화적 형상과
북한의 브랜드 전략