

## 북한에 부는 ‘한류 열풍’의 진단과 전망

박영정 (한국문화관광연구원 연구위원)

지금 ‘전 세계적’으로 ‘한류’ 열풍이 뜨겁다. 북한도 예외가 아니다. 북한에 부는 ‘한류 열풍’은 남북한의 체제 대결 속에서 비공식적 루트를 통해 이루어지고 있기 때문에 문화시장에서 이루어지는 일반적인 ‘한류’와는 성격과 의미가 다르다. ‘한류’가 공급되는 동기의 정치성 여부를 떠나 그 효과의 정치성이 크기 때문이다.

북한 주민들의 남한 영상물 향유는 북한 당국의 통제와 단속을 피해가며 비공식 문화로 향유되고 있다. 그럼에도 일부 계층에 제한되어 있던 하지만 전국적 현상으로 확산되고 있고, 또한 유입 주기가 짧아지는 등 그 흐름에 가속화하는 양상을 보이고 있다. 남한 영상물이 북한으로 유입되는 구체적 경로를 보면 북중 국경지역에서 활동하는 밀수꾼들에 의해 ‘돈벌이’의 일환으로 이루어지고 있다. 정치적 동기가 아닌 상업적 목적에 의해 유입이 이루어지기 때문에 북한 당국의 단속에도 불구하고 오히려 지속적 확산이 이루어지고 있는 것으로 보인다. 북한 주민들의 남한 영상물 수용 역시 정치적 동기보다는 문화수용 욕구에 기반하고 있으므로 단기적으로 ‘체제 위기’로 연결될 가능성은 약하지만, ‘되돌릴 수 없는 문화적 흐름’을 형성하면서 장기적으로 북한 사회의 자유화에 크게 기여할 것으로 전망된다.

남한 영상매체를 통한 외부 정보의 유입은 북한 주민의 의식 변화를 이끄는 촉매제의 역할을 수행하고 있으며, 또한 남한 문화와 생활을 미리 경험하게 됨으로서 남북한 사회문화통합에 긍정적 영향을 미치고 있는 것으로 평가된다. 북한 주민들의 일상에서 점점 비중을 높여가고 있는 남한 문화의 수용을 어떻게 분석하고 대응해 나갈 것인가, 본격적인 대비가 필요한 시점이다.

## 목 차

1. ‘한류’의 개념과 기능
  - 가. ‘한류’의 개념
  - 나. ‘한류’의 영향과 의미
2. 북한에서 ‘한류’ 현상의 전개 양상
  - 가. 북한에서의 ‘한류’ 현상
  - 나. 북한 ‘한류’의 주요 콘텐츠
  - 다. 북한 ‘한류’의 유통구조
  - 라. 북한 ‘한류’의 전개 양상
3. 한류가 북한 주민에 미치는 영향
  - 가. 남한 영상물 시청 소감 공유의 범위 및 내용
  - 나. 북한 주민 의식변화의 주요 내용
4. 한류에 대한 북한 당국의 대응
5. 결론 및 전망

## 1. ‘한류’의 개념과 기능

### 가. ‘한류’의 개념

- 일반적으로 ‘한류(韓流, Korean Wave)’란 ‘대한민국의 대중문화가 주로 동아시아를 중심으로 대한민국 이외에서 대중적 인기를 얻게 되는 것을 총칭’함.<sup>1)</sup>
  - 1990년대 중반 이후 한국 텔레비전 드라마와 가요가 중국이나 일본, 대만 등을 중심으로 대중의 인기를 얻으면서 한류가 형성되었음.
  - 중국에서의 <사랑이 뭐길래>를 시작으로 일본에서 <겨울연가>로 절정에 이름.<sup>2)</sup>
  - 최근에는 한국의 아이돌 그룹을 중심으로 한 K-Pop이 열풍이 동아시아는 물론, 전 세계로 확산되면서 제2의 한류, 즉 ‘신한류(新韓流)’가 등장함.
- ‘한류’ 현상은 텔레비전 드라마와 대중가요 등 우리나라 대중문화가 주도하고 있으며, 그 외에 한식(韓食), 한글 등으로 다양화되는 양상을 보이고 있음.
- 일본을 비롯한 동아시아 지역에서는 한국 스타들이 해당국가 대중문화 시장 진출에 성공하고 있으나, 유럽이나 아메리카 지역에서는 K-Pop의 수용자층이 형성되는 정도이고 시장 진출에서의 성과는 미흡한 상황임.

### 나. ‘한류’의 영향과 의미

- 일부 국가에서 ‘반한류’나 ‘혐한류’의 역풍을 야기한 부정적 기능도 있으나 대부분의 지역에서 우리나라에 대한 인지도를 향상시키고 긍정적 이미지를 형성해 주는 등 국가 브랜드 강화에 기여하고 있음.
- ‘한류’는 해외에서의 기업활동이나 외교활동에도 긍정적 영향을 주고 있으며, 그에 따라 해외 한국문화원에 대한 외국인의 수요가 증가하고 있음.
- K-Pop의 파급효과 중 하나로 추정되는 미용, 의료(성형), 화장품 산업의 경우 인바운드 관광의 핵심 자원으로 기능하고 있음.

- ‘한류’의 확산은 우리나라에 대한 긍정적 이미지를 가진 외국인(親韓派)을 만들어내는 데 기여하는 것으로 볼 수 있음.<sup>3)</sup>

## 2. 북한에서 ‘한류’ 현상의 전개 양상

### 가. 북한에서의 ‘한류’ 현상

- 북한에서의 ‘한류’란 ‘북한 지역에서 수용되고 있는 남한의 대중문화’를 지칭하는 의미로 사용되고 있음.
- 같은 한민족(韓民族), 심지어는 헌법상 우리 영토 안에서 유행하는 남한 대중문화에 대해 일반적인 ‘한류’의 개념을 적용하는 데 무리가 있을 수도 있으나 남한의 문화와 북한의 문화가 다르고, 폐쇄 국가인 북한지역에 ‘남한의 문화’가 수용되고 있다면 ‘남한 이외의 지역에서 유행되는 남한 대중문화’라는 의미에서 ‘한류’라 명명할 수 있음.
  - ‘유행’이라 할 정도로 남한의 대중문화가 북한 사회 전역에 확산되어 있는 것인지 여부에 대해서는 의문이 제기될 수 있음.
  - 북한은 폐쇄적 통제국가이기 때문에 대중의 자발적 문화 향유가 어려운 조건이라는 점을 감안하면, 북한에서의 ‘한류’는 그 양적인 확산 정도를 떠나서 존재 자체만으로도 주목할 필요가 있는 현상이라 할 수 있음.
- 북한에서의 ‘한류’는 처음에는 북중 국경지역을 중심으로 ‘가만히’ 시작되었으나 최근에는 ‘열풍’이라 할 정도로 넓은 지역에서 지속적으로 수용되고 있는 것으로 추정됨.
- 초기에는 대중가요와 드라마 등 남한 대중문화의 수용으로 시작하여 최근에는 미용이나 말투 등 일상의 생활문화로까지 확산되는 양상도 나타나고 있음.

**북한은 폐쇄적 통제 국가이기 때문에 대중의 자발적 문화 향유가 어려운 조건이라는 점을 감안하면, 북한에서의 ‘한류’는 그 양적인 확산 정도를 떠나서 존재 자체만으로도 주목할 필요가 있는 현상이라 할 수 있음**

### 나. 북한 ‘한류’의 주요 콘텐츠

- 최근 몇 년간 북한 주민들은 <블루>, <친구>, <조폭마누라 1-3>, <투깝스>, <장군의 아들> 등의 남한 영화, <올인>, <경찰특공대>, <사랑이 뭐길래>, <노란 손수건>, <가을동화>, <겨울연가>, <천국의 계단>, <줄리엣의 남자>, <야인시대> 등 남한 텔레비전 드라마를 많이

**북한에서 ‘한류’ 붐을 일으킨 주요 콘텐츠는 남한의 중장년층 취향에 어울릴 만한 콘텐츠가 주를 이루고, 북한의 일부 젊은이들은 남한의 10대 문화를 곧바로 수용하고, 확산시키는 형세를 보이고 있음**

시청하고 있는 것으로 알려짐.<sup>4)</sup>

- 영화나 드라마에서는 최신 콘텐츠가 많이 유통되는 데 비해, 가요 분야에서는 트로트가 주류를 이루고 있어 주현미의 <또 만났네>, <비 내리는 영동교>, <신사동 그 사람>이나 송대관의 <해뜰날>, <네 박자>, 김연자의 <홀로 아리랑> 등을 주로 수용하고 있다고 함.
  - K-Pop이 주도하는 ‘신한류’와는 다소 다른 양상이라고 볼 수 있음.<sup>5)</sup>
- 대체로 말해 초창기에는 <겨울연가>(2002), <남자의 향기>(1998) 등 멜로물이 인기였고, 2000년대 후반에는 <말죽거리 잔혹사>(2004), <목포는 항구다>(2004) 등의 액션영화나 <대장금>(2003~2004), <해신>(2004~2005)과 같은 역사 드라마가 인기를 끌었다고 함.<sup>6)</sup>
  - 이에 반해 남북한 주민 사이의 유머감각의 차이 때문인지 코미디 영화나 시트콤 드라마는 이렇다 할 인기물이 없음.
    - 국내 입국한 탈북자들이 텔레비전 예능 프로그램인 <개그 콘서트>를 즐기게 되면 비로소 자신이 진짜 ‘남한 사람’이 되었다고 생각하는 것과는 같은 이치에 의한 것으로 보임.
  - 북한에서 ‘한류’ 붐을 일으킨 주요 콘텐츠는 남한의 중장년층 취향에 어울릴 만한 콘텐츠가 주를 이루었는데, 특히 대중가요의 경우에는 트로트가 주류를 형성하고 있음.
    - 송대관의 <해뜰날>과 <네 박자>, 주현미의 <비 내리는 영동교>, <신사동 그 사람>, 김연자의 <홀로 아리랑> 등은 모든 연령층에서 인기를 끌고 있고, 노사연의 <만남>, 김종환의 <사랑을 위하여>, 김광석의 <이등병의 편지> 등 1980~1990년대 발라드풍의 가요는 일부 대학생들 사이에서 제한적으로 유행하고 있음.
  - 최근 들어 북한의 일부 젊은이들은 남한의 10대 문화를 곧바로 수용하고, 확산시키는 형세를 보이고 있음.<sup>7)</sup>
    - 대도시의 고위층이나 부유층 자녀들 중 십대 후반에서 이십대 초반 젊은이들, 특히 중학교 5~6학년 학생들이나 이른바 ‘직통생(중학교 졸업 후 입대하지 않고 곧바로 대학에 입학한 학생을 일컫는 말)’을 중심으로 남한의 뮤직비디오가 인기를 끌고 있음.
    - 최근 소식에 의하면 이들은 뮤직비디오로 남한의 아이돌 그룹이 부른 랩, 힙합, 록 등을 들으면서 옷차림이나 몸짓을 흉내내기도 한다고 함.

- 북한 젊은이들 사이에서는 스토리가 뻔한 남한 영화나 드라마보다 <람보 4>(2008), <007 카지노 로얄>(2006), <슈퍼맨 리턴즈>(2006), <아마겟돈>(1998) 등의 미국 액션영화나 <프리즌 브레이크> 등의 미국 드라마에 더 열광한다고 함.
  - 이들은 남한 영화나 드라마는 깡패 이야기 아니면 사랑타령 이야기 뿐이라며, 특히 입씨름 말장난이나 헐잡이 너무 많아 이제는 식상하다는 반응까지 보인다고 함.
- 북한의 일부 젊은이들 사이에서는 남한의 생활문화를 직접 수용, 확산시키는 양상도 보이고 있음.
- 현재 북한의 장마당에서는 각종 전자제품(LG TV, 애니콜 ‘손전화기’, 믹서기 등)과 생활용품(한국도자기, 식기, 장갑 등), 식료품(다시다 등), 기호식품(커피믹스 등), 과자류(초코파이 등), 의류(뽕때바지라고 부르는 스킨니 진 등)에 이르기까지 온갖 남한 제품이 팔리고 있으며, 남한산 고가제품은 뇌물이나 혼수용품으로도 큰 인기를 끌고 있다고 전함.<sup>8)</sup>
  - 최근에는 드라마 <시크릿 가든>에서 유행한 현빈의 의상, <역전의 여왕>의 김남주 패션 등을 따라하려는 북한 청년들도 있는 것으로 알려짐.
- 2010년도 실시된 한 탈북자 조사에 의하면, 국내 입국한 탈북자들을 통해 확인된 북한 내 ‘한류’ 콘텐츠는 다음과 같음.<sup>9)</sup>
- 드라마: <가을동화>, <천국의 계단>, <올인>, <겨울연가>, <첫사랑>, <인어 아가씨>, <낭랑 18세>, <유리 구두>, <풀 하우스>, <목욕탕집 남자들>, <귀여운 여인>, <노란 손수건>, <야인시대>, <대장금>, <옛날의 금잔디>, <귀공자>, <100만송이 장미>, <쾌걸 춘향>, <내 이름은 김삼순>, <꽃보다 남자>, <환상의 커플>, <제5공화국>, <형수님은 열아홉>, <보고 또 보고>, <별난 남자 별난 여자>, <열아홉 순정>, <하늘만큼 땅만큼>, <히트>, <주몽>, <대조영>, <아이리스>, <호텔리어>, <마이 걸>, <조강지처 클럽>, <개와 늑대의 시간>, <그대 그리고 나>, <장밋빛 인생>, <바람 불어 좋은날>, <육방의 바다>, <오 필승 봉순영>, <남자 이야기>, <진실>, <사랑이 뭐길래>, <여자 만세>, <카인과 아벨>, <눈물이 보일까봐>, <바람은 불어도>, <연인>, <달빛가족>, <죽일 놈의 사랑>, <명랑소녀 성공기>
  - 다큐멘터리: <인간극장>
  - 예능 버라이어티: <해피 선데이>, <전국 노래자랑>

**북한의 일부 젊은이들  
사이에서는 남한의  
생활문화를 직접 수용,  
확산시키는 양상도  
보이고 있음**

북한 '한류'의 유통 구조는 시장 (자마당)을 통한 유통과 인적 네트워크를 통한 유통으로 나누어 볼 수 있음

- 시트콤: <순풍 산부인과>
- 영화: <장군의 아들>, <올가미>, <조폭 마누라>, <공공의 적>, <화려한 휴가>, <키스도 못하는 남자>, <아래층 여자 위층 남자>, <풀 앞사랑>, <투캅스>, <깡패>, <결혼은 미친 짓이다>, <쉬리>, <미녀는 괴로워>, <어린 신부>, <깡패수업>, <변강쇠>, <무사>, <가위>
- 가수: 김연자, 태진아, 송대관, 나훈아, 주현미, 설운도, 현철, 김난영, 핑클, H.O.T, 이효리, 심수봉, 조용필
- 배우: 최수종, 송해, 최지우, 배용준, 이병헌, 송해교, 장동건, 이영애, 이다해, 권상우, 고현정, 신은경, 강호동

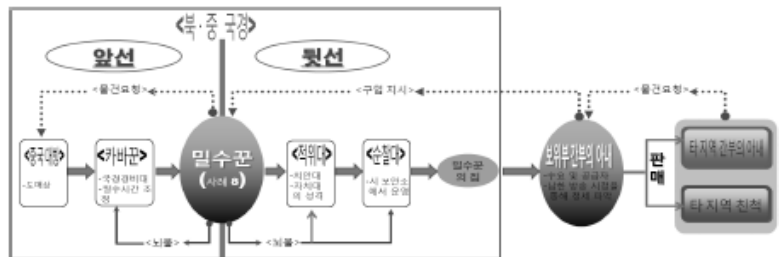
**다. 북한 '한류'의 유통구조**

○ 북한 '한류'의 유통 구조는 시장(장마당)을 통한 유통과 인적 네트워크를 통한 유통으로 나누어 볼 수 있음.

**1) 시장을 통한 유통**

- 북한 내에서 '한류'의 유통에는 북한 내 '시장의 활성화'와 긴밀한 관련이 있음.
- 북중 밀무역을 통해 녹화기, 중고 컴퓨터, CD, DVD 등이 북한에 유입되고 있음.
  - 시장에서 녹화기 등은 공식적으로 판매 및 구입이 가능하고, CD는 걸으로는 북한 CD를 팔면서 남한 대중문화 CD는 숨겨놓은 채 비공식적으로 판매됨.
- 북중 국경의 밀수꾼을 통해 남한 대중문화를 담은 CDR이 북한 내 유입되는 과정을 살펴보면 다음과 같음.<sup>10)</sup>

〈그림 1〉 북한에서 남한 CDR의 밀수 및 유통경로



\* 출처: 강동완 박정란, 『한류 북한을 흔들다』, 늘봄플러스, 2001, 54쪽.

- 북한에서 CDR 밀수과정은 북·중 국경선을 경계로 ‘앞선’과 ‘뒷선’으로 구분됨.
  - 앞선은 국경을 지키는 경비대들로 1개 소대가 30명 정도 되는데 그 중에 가장 계급이 높은 사람을 뇌물로 매수하여 일명 ‘카바꾼’으로 활용됨.
  - 북한 측 밀수꾼은 많은데 비해 중국 측 ‘대방’과 국경의 ‘카바꾼’은 한정된 소수이기 때문에 여러 밀수꾼이 같은 ‘대방’과 ‘카바꾼’과 동시에 거래하는 경우 한꺼번에 물건이 들어오기도 함.
  - 북중 국경을 벗어나 밀수꾼의 집까지 물건을 가지고 오는 ‘뒷선’의 경우를 살펴보면, 순찰대에게 뇌물(짐 한 짝 당 2,000원 정도)을 주고 본인의 집 근처만 봐달라고 미리 약속을 한 후 가능함.
  - 이들에게는 거래 시 주는 뇌물뿐만 아니라 명절 같은 때 특별히 고 급술을 선물하는 등 평소에 관리를 하고 있다고 함.
  - 남한 CDR 밀수꾼은 이와 같이 앞선과 뒷선을 거치는 과정에서 발생하는 초소비와 순찰대비 등의 뇌물을 제하고도 하루밤에 약 8~10만원 정도의 수입을 얻을 수 있다고 함.
- CDR을 판매하는 상인 이외에 대여료만 받고 전문적으로 CDR을 대여해 주는 상인도 있는데, 전국적으로 이러한 대여점이 성업 중이라고 함.<sup>11)</sup>
- 탈북자 면담에 따르면, 대여료는 시기와 지역에 따라 다르나, 한 편당 대략 1,000~3,000원 정도이며, 반납이 늦어지는 경우 연체료도 있다고 함.
  - 본인이 5,000~10,000원에 산 CDR을 3,000원에 다른 사람에게 되파는 중고거래도 있음.
- 북한 한류가 활성화됨에 따라 한류 유통에서 필수적인 미디어 기기들의 유통도 활성화되고 있음.<sup>12)</sup>
- 함경북도 청진시 수남시장에서 중기(IT 가전제품) 장사를 하는 주민에 따르면 장마당에서 유통되는 대표적인 IT기기들은 mp3, mp4, pmp, 4GB 이상의 USB, 중고 노트북, 디지털 카메라 등인 것으로 알려짐.

**북한 한류가 활성화됨에 따라 한류 유통에서 필수적인 미디어 기기들의 유통도 활성화되고 있음**

## 2) 인적 네트워크를 통한 유통

- 시장에서 구입하거나 대여한 남한 영상물들은 혼자 보기도 하고 가족이나 친구들이 모여서 시청하거나 돌려보는 등 인적 네트워크를 통해 확산이 이루어지는 것으로 나타남.

1990년대 이후 북한 일부 간부계층, 북중 접경지역을 중심으로 시작된 북한 한류는 최근에는 전 계층, 전 지역(평양, 평성, 청진, 함흥, 원산, 신의주, 혜산 등)으로 확산되는 양상을 보이고 있음

- 단속을 담당한 간부 등이 단속과정에서 압수한 남한 대중문화 영상 매체를 시청하거나 재판매하는 경우도 있다고 함.

**라. 북한 ‘한류’의 전개 양상**

- 북한 ‘한류’는 주민 사이에 음성적으로 남한 대중문화(가요, 드라마, 영화 등)를 담은 영상매체를 유통하는 방식으로 이루어지고 있음.
- 주요 매체는 1990년대에서 2000년대 초반에는 카세트 테이프와 비디오 테이프가 주를 이루었고, 2000년대 중반 이후에는 CD와 DVD, USB가 주를 이루고 있음.
  - 이러한 매체의 경우 플레이어만 있으면 인적 네트워크를 통해서 비밀리에 유통될 수 있는 특징이 있음.
  - 평양 등 일부 지역에서는 직접 한국 라디오나 TV 방송을 시청하는 경우도 있음.<sup>13)</sup>
- 1990년대 이후 북한 일부 간부계층, 북중 접경지역을 중심으로 시작된 북한 한류는 최근에는 전 계층, 전 지역(평양, 평성, 청진, 함흥, 원산, 신의주, 혜산 등)으로 확산되는 양상을 보이고 있음.<sup>14)</sup>
- 북한 청소년층에서는 대중문화의 수용만이 아니라 전자제품, 패션, 음식 등과 같은 남한 생활문화 전반의 수용 현상이 나타나고 있음.

〈표 1〉 북한에서 남한 미디어 시청 경험

내용	인원수
출신지	평양시(3명), 나선시(3명), 평안남도(2명), 평안북도(2명), 양강도(13명), 황해도(2명), 함경남도(14명), 함경북도(98명), 강원도(4명) 총 141명
북한에서 남한 미디어 시청 경험 유무	있다: 79명(56.0%), 없다: 61명(43.3%)
시청 미디어(중복선택)	TV: 15명, 영화: 57명, 비디오: 43명
시청 빈도	한 번: 7명 일 년에 한 번: 6명 한 달에 한 번: 21명 매일: 5명 보고 싶을 때 마다: 40명

〈그림 2〉 남한 영상매체의 지역 간 확산 경로



\* 출처: 강동완 박정란, 『한류 북한을 흔들다』, 늘봄플러스, 2001, 43쪽.

- 2010년 남한의 대안학교에 재학하는 탈북 청소년을 대상으로 실시된 설문조사에서는 북한에서 한국 미디어를 시청한 경험이 57%에 이르렀으며, 시청 빈도 또한 상당히 잦은 것으로 나타남.<sup>15)</sup>
- 남한 문화의 지역적 확산 과정은 북중 국경이 맞닿아 있는 함경북도, 양강도, 자강도 지역을 출발점으로 하여 평안도, 강원도, 황해도 등의 내륙(안쪽)지역으로 유통되고 있음.
- 남한 대중문화 콘텐츠의 북한 유입 속도는 과거에는 3개월 내지 6개월 정도의 시간 차이가 있었으나, 요즘에는 한국의 지상파 TV 등에서 방영되는 남한 드라마가 방영 다음날 CD로 복사되어 유통될 만큼 북한 내 전파속도가 매우 빨라진 것으로 알려짐.<sup>16)</sup>
  - 최근에는 위성 안테나로 남한 방송을 볼 수 있는 평양의 고위간부 자녀들이 드라마나 영화를 녹화한 뒤 CD로 만들어 파는 경우도 있다고 함.
- 북한에서 한류가 확산되는 원인을 살펴보면 다음과 같음.
  - 첫째, 외부 요인으로는 중국 동북지방까지 ‘한류’가 확산되어 중국에서 남한 대중문화 영상물이 싼 값으로 제작됨으로써 북한에까지 대량 공급이 이루어질 수 있었던 점.

**남한 문화의 지역적  
확산 과정은 북중  
국경이 맞닿아 있는  
함경북도, 양강도,  
자강도 지역을  
출발점으로 하여  
평안도, 강원도, 황해도  
등의 내륙(안쪽)  
지역으로 유통되고 있음**

**북한 주민의 남한 대중문화 영상물 시청 소감의 공유 범위는 주로 가족, 친구, 직장 동료 등 1,2차 집단으로 한정되고, 단순히 내용이 흥미롭다거나 재미있다는 소감 외에 남한의 실상 이해, 남한에 대한 동경, 북한 지도부에 대한 비난 및 불만, 남북한 비교에 이르기까지 반체제적인 내용들도 다수 포함되어 있는 것을 볼 수 있음**

- 둘째, 북한 사회 내부적으로는 배급체제가 붕괴되면서 국경지방의 밀수꾼과 전국에 장마당이 형성되어 이를 통해 상업적 목적에 의한 남한 영상매체의 유통이 이루어질 수 있었다고 하는 점.
- 셋째, 한글 자막이 없는 중국이나 홍콩 영상물에 비해 같은 언어를 사용하고 있는 남한 영상물이 북한 주민들이 수용하기에 용이했다는 점.
- 넷째, 북한 사회 내부에 컴퓨터, DVD 등 미디어의 발달 및 보급이 어느 정도 이루어져 있어 남한 영상물이 유통되고 수용될 수 있는 사회적 조건을 갖추고 있었던 점.
- 다섯째, 북한 영상물에 비해 남한 영상물이 북한 주민의 문화적 욕구를 충족시켜 주는 재미가 있어서 반복적으로 보게 되는 등 인적 네트워크에 의한 확산이 이루어지고 있다는 점.

### 3. 한류가 북한 주민에 미치는 영향<sup>17)</sup>

#### 가. 남한 영상물 시청 소감 공유의 범위 및 내용

- ‘한류, 북한을 흔들다’에 의하면, 북한 주민의 남한 대중문화 영상물 시청 소감의 공유 범위는 주로 가족, 친구, 직장 동료 등 1, 2차 집단으로 한정되고 있는 것으로 나타남.
- 시청 소감의 공유 내용을 보면, 단순히 내용이 흥미롭다거나 재미있다는 소감 외에 남한의 실상 이해, 남한에 대한 동경, 북한 지도부에 대한 비난 및 불만, 남북한 비교에 이르기까지 반체제적인 내용들도 다수 포함되어 있는 것을 볼 수 있음.
- 시청 소감을 얘기하는 과정에서 북한 주민들은 ‘우리도 저런데(남한) 가서 살았으면 좋겠다.’, ‘한국 생활이(저 장면처럼 정말) 그럴 것이다.’, ‘남편이… 자본주의 연구하고, 독점자본을 했으면 좋겠다(라고 했다).’, ‘한국이 이렇게 발전했다.’, ‘한국 것이면 개똥도 좋냐’, ‘남조선이 우리와 천지 차이’ 등의 말들이 오간 것으로 나타남.

#### 나. 북한 주민 의식변화의 주요 내용

- 남한 영상물 시청 과정에서 북한 주민들이 의식변화를 보인 주요 내용은 다음과 같음.

- 첫째, 남한에 대한 의식변화는 남북한 '대조'에 의한 남한 '동경' 심화, 남한 체제에 대한 경계심 이완, 남북한 사람에 대한 동질감 형성, 남한 '스타일'의 모방—단순한 '선호'에서 '저항' 표현을 위한 모방까지 나타남—으로 구분해 볼 수 있음.
- 둘째, 북한 지배구조에 대한 의식변화는 체제, 지도자, 종교 인식 등의 변화로 요약될 수 있음.
  - 국가보다 내가 우선이라는 집단주의에 대비되는 의식 변화, 전쟁이 나면 '김정일에게 훈장 받은 사람들이 나가서 싸우라'는 식의 전쟁 시 군복무 회피 의사 등이 나타나고 있음.
  - 지도부가 교체되었으면 한다는 인식이 싹트기도 했으며, 지도부에 대한 불신도 불거져 북한 체제가 결국 '너네(지도부)를 위한 세상'이라는 생각도 하게 됨.
  - 종교에 대한 인식 변화도 볼 수 있었는데, 종교를 배제한 채 절대적 충성을 요구하는 북한 정권에 대한 불만이 주된 의식 변화의 내용이었음.
- 셋째, 남한 영상물 시청이 탈북에 미치는 영향도 일부 확인되었음.
  - 사례에 따라서는 남한 영상물 시청이 직접적인 탈북의 동기로 이어지기도 하나 대다수의 경우 북한 내외부의 유인요인과 남한 영상물 내용에 대한 동화의 과정이 복합적으로 작동되면서 탈북을 희망하거나 직접 결행하게 되는 것으로 정리 해볼 수 있음.
  - '남한에 가면 알게 모르게(탈북자들) 없애버린다.'는 북한 당국의 선전 내용을 믿고 있다가 <카인과 아벨>이라는 드라마에 등장하는 남한 내 탈북자들의 삶을 보면서 탈북에 대한 두려움을 어느 정도 불식시킬 수 있었다는 사례도 확인됨.
- 남한 영상물을 보면서 역으로 남한에서는 살기 어렵다는 생각을 더욱 굳히면서 북한에 남는 것이 더 낫다는 생각을 하게 되는 사례도 발견됨.
  - 예를 들어 남한에 가면 내가 가진 능력으로 일할 것은 아무것도 없을 것, 남한은 '깡패'가 '돈' 때문에 사람을 죽이는 곳, '왕따'가 있는 교육 현장, 성인물이 범람하는 곳 등이라는 인식은 남한에서 자녀를 어떻게 양육할 수 있을지에 대한 걱정으로 연결됨.
  - '너무 자유로워서 질서가 없는 곳'이라는 무질서한 남한, '통제 없이 자기가 하고 싶은 것은 다 하는 곳'이라는 방종의 이미지도 남한 영상물을 통해 형성하게 되는 남한의 모습 가운데 하나임.

**남한에 대한 의식변화는 남북한 '대조'에 의한 남한 '동경' 심화, 남한 체제에 대한 경계심 이완, 남북한 사람에 대한 동질감 형성, 남한 '스타일'의 모방 등으로 구분해 볼 수 있음**

북한 당국은 '제국주의 사상과 문화'의 유입을 차단하기 위해 각 도에 '중앙당검열대'를 파견하여 집중 검열하는 작업을 벌이고 있음

- 이와 더불어 남한 영상물을 통해 형성하게 된 남한 사회에 대한 분홍빛 환상은 탈북 후 남한에 입국해 직접 현실에 부딪치게 되면서 때로는 실망이나 절망으로 연결되기도 함.

#### 4. 한류에 대한 북한 당국의 대응

- 북한 당국은 '제국주의 사상과 문화'의 유입을 차단하기 위해 최근 CDR, DVD를 통칭하는 '알판'과 라디오 등에 대한 단속을 강화하라는 방침을 내렸으며, 각 도에 '중앙당검열대'를 파견하여 집중 검열하는 작업을 벌이고 있음.
  - 비사회주의 행위 검열을 전담하는 조직체로 '비사회주의 그루빠(Group)'가 있는데, 이들은 통칭 '비사그루빠'나 '타격대'라고 불리고 있으며, 2006년에는 일명 '109타격대'라고도 부르는 '109그루빠'가 조직되기도 하였음.
  - 남한 영화 및 드라마를 단속하는 기관인 '130상무'가 2010년 1월 30일에 조직되었으며, 현재 평안남도 개천교화소에는 이를 통해 적발된 북한 주민이 1,200여 명에 달한다는 보도도 나왔음.<sup>18)</sup>
- 보통은 중앙당, 군당 및 시당이 주도하고 인민보안부 주관으로 중앙당, 검찰, 보위부, 각 근로단체 등에서 인원을 차출하여 검열 전담조직인 '비사그루빠'를 구성하는데, 이들이 단속하는 '비사회주의' 행위에는 서구식 복장, 남한가요 부르기 등 '자본주의 황색바람'에 해당하는 경우는 물론이고 도박, 사기, 매춘을 비롯해 관상, 사주 등 미신행위까지 광범위하게 포함되어 있음.
  - '비사회주의그루빠'는 가택 수색과 TV, 녹화기, 녹화테이프, CD 등을 임의로 처리할 수 있는 '몰수 권한'이 있으며, 수십 명이 몰려다니며 활동을 전개함.
- 북한 당국은 남한의 TV, 라디오 방송 청취를 막기 위해 각 도마다 설치되어 있는 과학기술총국과 국가안전보위부 27국을 통해 채널이나 주파수를 땀질로 고정시키고 은박지로 리모컨 센서를 막아놓는 등 다양한 술책을 부리고 있으나 그 효과는 미미한 것으로 알려짐.<sup>19)</sup>
- 북한에서 '한류'를 단속할 수 있는 법률적 근거는 '형법(2004년 4월 개정)' 제6장 제193~195조임.

### 제6장 사회주의문화를 침해한 범죄

제193조 (퇴폐적인 문화반입, 류포죄) 퇴폐적이고 색정적이며 추잡한 내용을 반영한 음악, 춤, 그림, 사진, 도서, 록화물과 유연성자기원 판, 씨디-롬 같은 기억매체를 허가 없이 다른 나라에서 들여왔거나 만들었거나 류포한 자는 2년 이하의 노동단련형에 처한다. 정상이 무거운 경우에는 4년 이하의 노동교화형에 처한다.

제194조 (퇴폐적인 행위를 한 죄) 퇴폐적이고 색정적이며 추잡한 내용을 반영한 음악, 춤, 그림, 사진, 도서, 록화물과 씨디-롬 같은 기억매체를 여러 번 보았거나 들었거나 그러한 행위를 한 자는 2년 이하의 노동단련형에 처한다. 정상이 무거운 경우에는 5년 이하의 노동교화형에 처한다.

제195조 (적대방송청취, 인쇄물, 유인물, 수집, 보관, 류포죄) 반국가목적 없이 공화국을 반대하는 방송을 체계적으로 들었거나 뼈라, 사진, 록화물, 인쇄물, 유인물을 수집, 보관하였거나 류포한 자는 2년 이하의 노동단련형에 처한다. 정상이 무거운 경우에는 5년 이하의 노동교화형에 처한다.

- 남한 영상물 단속에서 걸리게 되면 노동단련형이나 종신형까지도 받는 경우가 있다고 하나 상당수는 뇌물(돈, 고양이담배 등)을 주고 풀려나는 경우가 있음.
- 북한 당국에서는 일찍부터 '모기장'을 쳐서 '자본주의 황색바람'을 차단하려고 하고 있으나 남한 대중문화가 북한 주민들 사이에 퍼지면서 한계에 봉착하고 있는 것으로 보임.

## 5. 결론 및 전망

- 현재 남북 교류사업이 전반적으로 침체되어 있는 반면, 북중 국경지역을 통한 비공식적인 물류 반입이 활성화되고 있음.
- 북한 '한류'는 경제난 속에서 북한의 통제체제가 이완되는 '사회적 틈'을 통해 남한 영상물이 유입되면서 확산되는 것으로 볼 수 있음.
- 남한 영상물이 북한으로 유입되는 구체적 경로를 보면 북중 국경지역에 활동하는 밀수꾼들에 의해 '돈벌이'의 일환으로 남한 영상물이 유입되고 있으며, 정치적 동기가 아닌 상업적 목적의 유입이 이루어

북한 '한류'는 경제난 속에서 북한의 통제체제가 이완되는 '사회적 틈'을 통해 남한 영상물이 유입되면서 확산되는 것으로 볼 수 있음

**남한 영상매체를 통한  
외부 정보의 유입은  
북한 주민의 의식  
변화를 이끄는  
촉매제의 역할을  
수행하고 있고,  
단기적으로  
‘체제 위기’로 연결될  
가능성은 약하지만,  
‘되돌릴 수 없는  
문화적 흐름’을  
형성하면서  
장기적으로 북한  
사회의 자유화에 크게  
기여할 것으로 전망됨**

지기 때문에 북한 당국의 단속에도 불구하고 지속적 확산이 이루어지고 있는 것으로 보임.

- 남한 영상매체를 통한 외부 정보의 유입은 북한 주민의 의식 변화를 이끄는 촉매제의 역할을 수행하고 있으며, 또한 남한 문화와 생활을 미리 경험하게 됨으로서 남북한 사회문화통합에 긍정적 영향을 미치고 있는 것으로 평가됨.
- 북한 주민들의 일상에서 점점 비중을 높여가고 있는 남한 문화의 수용을 어떻게 분석하고 대응해 나갈 것인가가 본격적인 대비가 필요한 시점임.
  - 북한의 ‘한류’현상을 성급하게 북한 사회의 ‘아래로부터의 붕괴’ 조짐으로 확대 해석하기보다는 현재 남한과 북한을 이어주는 이 연결망을 통하여 실제로 북한 주민의 의식 수준을 높일 수 있도록 하는 다양한 모색이 요구됨.
- 북한 주민들의 남한 영상물 수용이 정치적 행위라기보다는 문화수용 욕구에 기반한 것이므로 단기적으로 ‘체제 위기’로 연결될 가능성은 약하지만, ‘되돌릴 수 없는 문화적 흐름’을 형성하면서 장기적으로 북한 사회의 자유화에 크게 기여할 것으로 전망됨.

**기획 및 감수:** 이성우 (제주평화연구원 연구위원)

**편집:** 고정선 (제주평화연구원 연구원)

오은정 (제주평화연구원 인턴)

## 저자 약력

---

### ■ 박영정

現 한국문화관광연구원 연구위원. 건국대학교에서 문학박사 학위를 취득했음. 연구 분야는 북한문화(공연예술), 남북문화교류정책, 문화정책, 예술인 복지정책 등임.

## 주석

- 1) 인터넷 위키백과 한국판(2011.11.24)
- 2) 1997년 텔레비전 드라마 <사랑이 뭐길래>가 중국 중앙TV 8채널에서 방영되어 커다란 반향을 불러일으키면서 시작되어 <가을동화>, <인어아가씨>, <목욕탕집 남자들> 등을 거쳐 2005년 <대장금> 방영으로 절정에 이름. 일본에서는 2003년 드라마 <겨울연가>가 NHK 위성 제2방송에 방영되면서 시작되어 ‘은사마 열풍’을 만들어내었고, 이후 <올인>, <대장금>, <태왕사신기> 등 한국 드라마 열풍이 지속되었음.
- 3) 채지영, 『신한류 발전을 위한 정책방안 연구』, 한국문화관광연구원, 2011.
- 4) 통계청, 『북한의 주요통계지표 2010』, 2011, 139~140쪽.
- 5) 스토리가 있는 드라마나 영화가 전계층에게 고루 수용되는 반면, 세대간 감각 차이가 큰 가요의 경우 수용에 있어서 일정한 한계가 작용하는 것으로 보임.
- 6) 오양열, 앞의 글, 17쪽.
- 7) 오양열, 앞의 글, 17쪽.
- 8) 오양열, “북한 내 한류현상과 민족음식 육성”, 민주평화통일자문회의·한국음식관광협회 주최 세미나 자료집, 2011.4, 10쪽.
- 9) 강동완·박정란, 『한류 북한을 흔들다』, 늘품플러스, 2001, 32~33쪽.
- 10) 이하의 내용은 강동완, 박정란의 탈북자 심층면접을 토대로 연구한 『한류 북한을 흔들다』(늘품플러스, 2001)의 내용을 중심으로 재정리한 것임.
- 11) 강동완·박정란, 『한류, 북한을 흔들다』, 서울: 늘품플러스, 2011, 61쪽.
- 12) 노컷뉴스, 2010.7.6.
- 13) 아날로그 텔레비전에서 사용되는 인코딩 방식으로는 팔(PAL)과 NTSC 방식이 있는데, 남한은 NTSC를, 북한은 팔(PAL) 방식을 사용하고 있다. 팔(PAL)은 주로 625라인/50Hz로 주로 유럽지역에서 사용되는 방식이다. NTSC는 525라인/60Hz로 주로 한국, 일본, 북중미 지역에서 사용하고 있다. 다만 근래 중국에서 수입되는 1990년대 이후 중고 컬러 TV에는 상호 전환 기능이 있기 때문에 남한 방송을 시청할 수 있다.
- 14) 오양열, “북한 내 외래문화 유입으로 인한 영향과 전망”, 『플랫폼』, 2011.3.4호, 16쪽.
- 15) 윤선희, “북한 청소년의 한류 읽기: 미디어 수용에 나타난 문화정체성과 사회변화”, 『한국언어연구』, 제55권 제1호, 2011년 2월, 443쪽.
- 16) 『데일리안』, 2010.10.21.
- 17) 박정란, “북한에 부는 한류 열풍-그 현상과 전망”(통일문화정책포럼 발제문, 2011.7.19.)에서 부분 발췌.
- 18) 노컷뉴스, 2010.12.6.
- 19) 오양열, 앞의 글, 11쪽.

## 참고문헌

- 강동완·박정란, 『한류 북한을 흔들다』, 늘품플러스, 2001, 32~33쪽.
- 박영정, 북한 문화예술 현황분석 연구, 한국문화관광연구원, 2011.
- 박정란, “북한에 부는 한류 열풍-그 현상과 전망”, 통일문화정책포럼 발제문, 2011.7.19.
- 오양열, “북한 내 외래문화 유입으로 인한 영향과 전망”, 『플랫폼』, 2011.3.4호.
- 오양열, “북한 내 한류현상과 민족음식 육성”, 민주평화통일자문회의·한국음식관광협회 주최 세미나 자료집, 2011.4.
- 윤선희, “북한 청소년의 한류 읽기: 미디어 수용에 나타난 문화정체성과 사회변화”, 『한국언어연구』, 제55권 제1호, 2011년 2월.
- 채지영, 『신한류 발전을 위한 정책방안 연구』, 한국문화관광연구원, 2011.
- 통계청, 『북한의 주요통계지표 2010』, 2011.





# Jeju Forum for Peace & Prosperity

*Community Building in East Asia*



[www.jejuforum.or.kr](http://www.jejuforum.or.kr)

## 제주포럼 기획단

제주특별자치도 서귀포시 중문관광로 227-24, 제주평화연구원 (697-120)  
Tel. 064-735-6532 또는 533 email. [jejuforum@jpi.or.kr](mailto:jejuforum@jpi.or.kr)  
homepage. [www.jejuforum.or.kr](http://www.jejuforum.or.kr)

### 제주평화연구원은

2011년 5월 27일부터 29일까지 3일간 해비치 호텔 & 리조트, 제주에서 '제6회 평화와 번영을 위한 제주포럼' 을 주관하였습니다. 제6회 제주포럼은 '새로운 아시아: 평화와 번영을 위하여(New Asia for Peace and Prosperity)' 라는 대주제 아래 평화와 안보, 경제, 경영, 환경, 문화, 여성, 의료, 도시디자인 등 여러 분야에서 다양한 의제를 가지고 진지한 토론과 의견 교환을 통해 새로운 국제 환경변화에 부응하는 아시아 지역내 협력방안을 모색하는 좋은 계기가 되었습니다.

제6회 제주포럼은 김황식 국무총리, 아로요 필리핀 전대통령, 자오치청 중국 인민정치협상회의 외사위원회 위원장 등 국내외 고위인사 등이 참석하여 새로운 아시아 지역협력의 방향에 대한 의견을 제시하여 주었고, 64개 세션에 세계 22개국에서 해당분야 최고의 전문가들이 참여하여 포럼의 질적 수준을 향상시켰으며 중국 중견기업인 100여명을 포함, 국내외저명인사 1,800여명이 참여함으로써 규모면에서도 가장 큰 회의로서 종합국제포럼으로서 면모를 갖추고 성대하게 마무리 되었습니다.

제6회 제주포럼 개최식에서 공식화된 바와 같이 이제 제주포럼은 격년제 개최에서 매년 개최하기로 되었으며, 이에 따라 제주평화연구원은 **제주포럼 기획단을 발족하여 2012년 5월-6월 중 제7회 제주포럼 개최를 목표로 준비하고 있습니다.** 제주평화연구원은 앞으로 '평화와 번영을 위한 제주포럼' 이 명실상부하게 국내 최대의 종합국제포럼으로 발전할 수 있도록 제7회 제주포럼 부터는 포럼의 의제와 목적에 동의하는 국내외 기관과 단체가 세션에 직접 참여할 수 있도록 세션을 대폭 개방할 예정입니다. **제7회 제주포럼에 대해 귀기관과 귀단체의 많은 관심과 참여를 기대합니다.**

제주포럼에 대해서는 포럼 공식홈페이지를 참조하여 주시기 바라며, 포럼 참가문의는 제주포럼 기획단으로 연락하여 주시기 바랍니다. 감사합니다.

2011년 8월  
제주평화연구원 제주포럼 기획단





제주특별자치도 서귀포시 중문관광로 227-24 (697-120)

전화: 064)735-6500 팩스: 064)735-6512

E-mail: [policyforum@jpi.or.kr](mailto:policyforum@jpi.or.kr) <http://www.jpi.or.kr>

『JPI 정책포럼』에 게재된 의견은 필자 개인의 의견으로,  
제주평화연구원의 공식입장과는 무관함을 알려드립니다.

ISSN: 2005-9760