

정책연구 25-22

2025년 북한 방송통신 이용실태조사 사업 결과보고서

임동민/서소영/김인섭/김두영/전영선

2025. 12

이 보고서는 2025년도 방송미디어통신위원회 방송통신발전기금 사업결과로서 보고서의 내용은 연구자의 견해이며, 방송미디어통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

서 언

남북관계는 과거부터 긴장과 완화가 반복되는 예측하기 어려운 국면을 지속해 왔습니다. 현재는 2023년 4월 이후부터 남북 간 통신연락선이 단절되어 남북관계의 경색이 계속되고 세계 정세 역시 예측하기 어려운 국면이 지속되고 있습니다. 그러나 방송통신 교류는 오랜기간 이질화된 남과 북을 이어줄 수 있는 가장 쉽고 또, 가장 중요한 연결고리이며 북한 방송통신 이용실태에 관한 연구는 향후 한반도 평화기반 조성을 위해 북한의 방송통신 현황을 파악하는데 의미가 있으며 남북 대화 재개 시 대북정책 자료로서 가치가 있습니다.

본 연구는 북한의 방송통신 현황 관련 자료수집이 제한적이며 북한 방송통신 정책방향에 대한 정보가 부족한 가운데 남과 북의 방송통신 교류협력이 효율적으로 추진될 수 있도록 북한 방송통신 이용실태를 조사하는 데 목적이 있습니다. 본 연구는 정보통신정책연구원의 임동민 부연구위원, 서소영 부연구위원, 김인섭 연구원, 김두영 연구원 책임하에 수행되었으며, 황준호 실장, 유은진 연구위원, 양종민 부연구위원 김형수 행정원 등이 참여하였습니다. 또한 북한 방송통신 관련 자문을 해주신 건국대학교 통일인문학연구단 전영선 교수님, 스튜디오 안자일렌 신경수 대표님, NK경제 강진규 대표님과 그 밖에 북한 이탈주민 심층면접을 수행해주신 동국대학교 북한학연구소 김영희 박사님, 경기대학교 한반도전략문제연구소 김수연 박사님, 덕성여자대학교 지식문화연구소 윤세라 박사님을 비롯하여 본 과제의 수행에 도움을 주신 모든 분들에게 감사의 뜻을 전합니다. 본 연구를 바탕으로 향후 남북 방송통신 교류협력이 효율적으로 추진될 수 있기를 진심으로 바랍니다.

2025년 12월

정보통신정책연구원

원장 이 상 규

목 차

서 언	1
요 약 문	7
1. 연구배경 및 필요성	7
2. 연구내용 및 방법	7
3. 연구결과	9
제1장 서 론	14
제1절 연구배경 및 필요성	14
제2절 연구목적 및 내용	15
제2장 북한 방송통신 현황 및 관련 문헌분석	18
제1절 방송 부문	18
1. 방송 부문 관리체계 및 정책 기초	18
2. 방송기술 및 콘텐츠 제작 환경 동향	20
3. 방송 관련 규제·통제 구조 및 정책적 시사점	23
제2절 통신 부문	25
1. 통신 부문 관리체계 및 정책 기초	25
2. 이동통신 기술·인프라 및 서비스 동향	26
3. 통신 관련 규제·통제 구조 및 정책적 시사점	28
제3장 조선중앙TV 프로그램 및 편성표 분석	29
제1절 조선중앙TV 편성표 분석	29
1. 개요	29
2. 조사 방법	29

3. 조사 결과	33
제2절 북한 드라마 〈백학벌의 새봄〉 심층 분석	51
1. 김정은 시기 드라마 현황	51
2. 〈백학벌의 새봄〉 방영과 평가	53
3. 〈백학벌의 새봄〉 제작 배경	58
4. 〈백학벌의 새봄〉을 통해 본 농촌 현실	63
5. 〈석개울의 새봄〉과 드라마 변화	66
6. 한국드라마와 비교	67
7. 분석 결과 시사점	70
제4장 북한 방송통신 이용실태 심층면접 조사	72
제1절 조사 목적 및 설계	72
1. 조사목적 및 내용	72
2. 조사설계	73
제2절 방송기기 보유 및 이용 행태	78
1. 텔레비존(TV) 이용 행태	78
2. 만방 망TV다매체 열람기 이용 행태	88
3. 컴퓨터(컴퓨터) 이용 행태	92
4. 노트북 이용 행태	98
5. 라디오 이용 행태	99
6. 인트라넷 이용 행태	100
제3절 방송 콘텐츠 이용 행태	102
1. 북한 공식 콘텐츠 이용 행태	102
2. 비공식 콘텐츠 이용 행태	113
제4절 통신기기 구매 및 보유 경험	120
1. 유선전화 구매 및 보유 경험	120

2. 손전화 구매 및 보유 경험	123
제5절 통신 목적 이용 행태 분석	135
1. 유선전화 통신 이용 행태	135
2. 손전화 통신 이용 행태	138
제6절 통신 목적 외 이용 행태 분석	142
1. 손전화 기능 이용	142
2. 앱 설치 및 이용	145
3. 전화돈 이용	149
제7절 세대별 방송통신 이용실태	153
1. 방송통신기기 보유 현황	153
2. TV 활용 공식 및 비공식 콘텐츠 이용 행태	156
3. 통신기기 이용 행태	162
제8절 지역별 방송통신 이용 실태	171
1. 방송통신기기 보유 현황	171
2. 방송통신 수신 환경	173
제9절 방송통신 주요 이용 실태 요약	177
제5장 결론 및 시사점	181
참 고 문 헌	186
[첨부 1] 설문지 - 2025년 북한 방송통신 서비스 이용실태 조사	191
[첨부 2] 설문조사 결과 - 2025년 북한 방송통신 서비스 이용실태 조사	209

표 목 차

〈표 3-1〉	조선중앙TV 프로그램 장르 구분(기본형)	31
〈표 3-2〉	방통위 방송콘텐츠 경쟁력 평가	32
〈표 3-3〉	조선중앙TV 장르별 방송시간	33
〈표 3-4〉	조선중앙TV 장르별 프로그램 개수	38
〈표 3-5〉	2024년 조선중앙TV 장르별 프로그램 편성 현황	43
〈표 3-6〉	2023년 조선중앙TV 장르별 프로그램 편성 현황	44
〈표 3-7〉	신규 조선중앙TV 장르 구분	48
〈표 4-1〉	심층 면접조사 내용	75
〈표 4-2〉	설문조사 내용	76
〈표 4-3〉	TV 구입 경로(복수응답)	82
〈표 4-4〉	북한에 있을 때 이용해 본 경험이 있는 방송 통신기기	93
〈표 4-5〉	노트콤, 판형컴퓨터 구입 경로(복수 응답)	93
〈표 4-6〉	북한에 있을 때 시청했던 경험이 있는 TV 채널	102
〈표 4-7〉	손전화기 구입 경로(복수응답)	124
〈표 4-8〉	손전화기 이용 브랜드(복수응답)	126
〈표 4-9〉	세대별 TV 보유 현황	153
〈표 4-10〉	세대별 노트콤 등 전자기기 보유 현황	154
〈표 4-11〉	세대별 손전화 보유 현황	155
〈표 4-12〉	세대별 저장매체 통한 공식 외국콘텐츠 이용 행태 비교	162
〈표 4-13〉	세대별 손전화 이용 특징 비교	170
〈표 4-14〉	북한 주민의 방송·통신 주요 이용 실태 요약	179

그림 목 차

[그림 3-1]	조선중앙TV 장르별 방송시간	36
[그림 3-2]	조선중앙TV 장르별 프로그램 개수	40
[그림 3-3]	총 방송시간 및 프로그램 개수 추이	42
[그림 3-4]	2024년 조선중앙TV 장르별 개수 변화	45
[그림 3-5]	2024년 조선중앙TV 장르별 방송시간 변화	47
[그림 3-6]	신규 분류한 2024년 조선중앙TV 장르별 프로그램 방송시간 ...	50
[그림 3-7]	신규 분류한 2024년 조선중앙TV 장르별 프로그램 개수	50
[그림 4-1]	구입 비용이 큰 매체	129
[그림 4-2]	월이용료가 큰 매체	133
[그림 4-3]	손전화 이용 용도	139
[그림 4-4]	손전화 이용 지역	140

요 약 문

1. 연구배경 및 필요성

방송통신 분야에서의 남북교류협력은 1999년 처음 제안된 이후 지속적으로 추진을 모색해 온 대표적인 분야이다. 방송통신 분야에서의 교류협력은 오랜 기간 고착화 된 한반도 분단으로 인해 이질화된 남과 북을 이어줄 수 있는 가장 쉬우면서 가장 중요한 연결고리가 될 수 있다. 또한 중장기적인 관점에서 사회적 파급효과가 크기 때문에 분단의 극복, 이질성의 회복과 더불어 향후 지속 가능한 한반도의 평화 정착 및 통일 시 정보 격차 해소 등에 중요한 역할을 할 수 있다. 따라서, 해당 분야에 대한 지속적인 관심과 연구는 필수적인 상황이다.

2. 연구내용 및 방법

첫째, 제2장에서는 최근 북한의 방송통신 변화양상을 살펴보기 위해 문헌조사를 실시하였다. 먼저 최근 북한의 대내외 환경 변화가 북한 방송통신 영역에 어떤 변화를 끼칠 것인지 조사 하였다. 이를 위해 가능한 신문기사 등 다양한 문헌 분석을 통해 북한 IT 환경 분석을 수행 하였다. 세부적으로는 4G/5G 이동통신 현황 분석, 방송 기술 연구 분석, 인공지능(AI) 연구 개발 분석, 이동통신 법제도 및 규제 동향 분석 등이 수행되었다.

둘째, 제3장에서는 북한 조선중앙TV의 편성표를 분석한다. 2024년 북한 조선중앙TV 편성표를 토대로 전체 방송프로그램을 장르별로 구분한 후, 프로그램 수, 방송시간 등에 대한 정량적 분석을 시행하였다. 이러한 분석은 북한의 프로그램 변화 추이를 살피고, 현재 북한이 집중하고 있는 방송과 이에 대한 변화양상을 직간접적으로 파악할 수 있다는 점에서 중요하다. 특히 2006년부터 현재까지 '북한

방송통신 이용실태조사' 연구를 진행하면서 시계열적인 자료를 축적하고 있다는 점에서 북한 방송 관련 분석자료로서의 가치가 있다. 한편, 편성표를 토대로 한 정량분석은 빈도 및 분량 등만을 확인할 수 있기 때문에, 심층적으로 북한의 방송통신 변화 수준을 파악하는 데 한계가 존재한다. 따라서, 올해에는 북한 조선중앙TV의 '드라마' 부분 프로그램을 선정하여 심층분석을 시행하였다.

셋째, 제4장의 북한이탈주민 심층면접조사는 북한 거주 시 방송통신 서비스 이용 행태를 심층적이고 입체적으로 파악하기 위해 이탈주민 10명을 대상으로 시행되었고 더불어 구조화된 설문지를 바탕으로 설문조사도 실시하였다. 심층인터뷰에서는 방송서비스, 통신서비스, 영상물 등에 대해 세부적으로 분석하고자 하였으며, 설문조사지 항목과 연계하여 구성하였다. 심층인터뷰 조사 내용을 세부적으로 살펴보면 방송 서비스, 통신서비스, 영상물, 기타 등 4단위로 구성하여 실시하였다. 방송 서비스에 대한 질문은 TV를 가족이 아닌 사람들과도 시청하는지, TV 시청료에 대한 인지, 필수 시청 TV 프로그램, 가장 오래 방송하고 있는 인기 TV 프로그램, TV채널(만수대TV 등)에 대한 인지 정도 등에 대해 질문하였다. 통신서비스에 대해서는 북한의 인기 있는 손전화(핸드폰)와 통신사, 손전화 요금제 현황, 손전화 보급에 따른 변화, 손전화 어플, 손전화 가입 조건, 각종 판매소를 통한 통신기기 구입 절차와 비용, 만방TV 이용 경험 등으로 질문을 구성하였다. 영상물에 대해서는 북한에서 동영상 콘텐츠를 볼 수 있는 기준, 동영상 VOD 서비스, 동영상 콘텐츠 제작 경험 등에 대해 질의하였다. 설문조사로 진행한 정량분석 결과는 표본수가 작아 모집단의 대표성 부족 등 통계적으로 유의미한 결과를 보기 어려운 한계가 있었지만 매년 시행하여 시계열 자료의 축적을 주목적으로 시행하였다. 기본적인 인구통계학적 질문부터 시작하여 북한 거주 시 미디어 매체 이용, 매체별 구체적인 활용 현황 등을 조사로 확인했다. 그 외 방송프로그램의 선호도에 대해서도 질문하였다.

3. 연구결과

이상의 세부목표를 토대로 연구를 진행한 결과를 살펴보면, 제2장에서는 문헌 조사를 통해 북한 방송통신의 현황에 대해 분석하였다. 분석결과 북한의 방송 부문은 워터마킹·색보정·영상축소 같은 디지털 영상처리부터 방송업무 클라우드 전환, 방송암호 등 보안기술까지 비교적 현대적인 연구가 진행되고 있다. 이러한 현황들은 김일성종합대학과 김책공업종합대학 학보, ‘정보과학’ 등을 통해 공개되지만, 순수 방송기술만을 지속적으로 다루는 채널은 드물어 개별 논문·보도 등을 조사하여 단편적인 사항들을 확인할 수 있었다. 또 평양영화기술사는 얼굴 변환·객체 검출·3D 배경 합성 등 AI 기반 영상기술을 도입하고 있는데 이는 방송·선전 영상 제작에도 쉽게 확장될 수 있다. 반면 규제는 매우 강력하다. 반동사상문화배격법 이후 당국이 승인하지 않은 모든 영상·출판물·언어 사용까지 처벌 대상이 되었고, 방송·영상은 기술 현대화와 함께 강력한 통제 도구로 기능하고 있다. 통신 부문에서는 3G 상용망을 운용하면서 4G·5G 연구와 도입을 병행해 왔다. 학술적으로는 4G(LTE)와 5G 이동통신 핵심 기술에 대해 대학과 학술지를 중심으로 물리계층 신호처리, AAA 서버, IMS, 자원할당, NOMA, 5G 후보 파형 등 요소기술 연구를 수행하고 있으며, 일부 성과는 국제 학술지에 게재되고 표준 문서도 인용하고 있다. 이는 이론·알고리즘 수준의 기술 축적이 이루어지고 있음을 보여준다. 다만 대규모 상용망 구축 여부는 불확실하며, 장비 조달과 투자 제약으로 실제 고도화는 제한적일 가능성이 크다. 실제 인프라 분야에서는 2023년 말 이후 4G 서비스 도입 보도가 이어졌고, 2025년 북한 매체가 평안남도에서 4G 설비 설치를 공식 확인했다. 다만 3G·4G 연동 구조와 단말 운용 방식은 불확실성이 남아 있다. 종합하면 북한은 제약 속에서도 국제 표준을 따라가며 3G 기반 위에 4G를 단계적으로 엮고, 5G 기술 역량을 축적하는 방향으로 고도화를 추진 중이다.

제3장에서는 북한의 조선중앙TV 편성표를 정량적 정성적으로 분석하였다. 먼저 정량적 편성표 분석에 대하여 살펴보자. 편성표 분석은 정량적 분석을 통해 북한 텔레비전 프로그램 변화에 대한 실증적 증거를 제시하고자 하였다. 김정은 집권 이후 표방한 북한의 방송 정책은 크게 두 가지 방향으로 요약될 수 있다. 첫째, 방송 콘텐츠의 오락적 가치를 높이는 것, 둘째, 더욱 풍부한 정보 흐름을 제공하기 위한 플랫폼 다변화이다. 이러한 정책의도가 조선중앙TV에 반영되었는지 계량 분석으로 검증해 보고자 하는 것이 목표이다. 그러나 북한 관련 자료에 대한 접근은 여전히 매우 제한적이다. 본 연구는 현 단계에서 가능한 범위 내에서 조선중앙텔레비전(KCTV)의 프로그램 편성표를 분석하여 통계자료를 생성했다.

통계분석은 2006년부터 2024년까지 조선중앙텔레비전 프로그램 편성을 활용하여 장르별 방송 시간과 프로그램 구성의 변화, 그리고 시간적 변화를 분석하여 북한 텔레비전 방송의 변화를 평가하였다. 첫 번째 연구결과는 연간 방송시간 및 개수에 관한 것이다. 평일 방송 시간은 2013년과 2022년에 크게 증가하였다. 특히, 일일 시작 시간은 2013년 오후 5시경에서 오후 3시경으로, 2022년에는 오전 9시경으로 증가하여 총 방송시간이 크게 증가하였다. 두 번째 연구결과는 장르별 방송 프로그램 수에 관한 것이다. 방송 프로그램 수 기준으로는 뉴스와 영화가 오랫동안 주류를 이루었다. 그러나 2016년부터는 편성 프로그램 장르가 영화를 제치고 두 번째로 높은 비중을 차지하였다. 코로나19 팬데믹 이후인 2023년부터는 시사 프로그램이 급격히 증가하여 전체 1~3위를 차지하였다. 세 번째 연구결과는 장르별 방송 시간에 관한 것이다. 총 방송 시간 기준으로는 영화가 방영 시간이 길어 자연스럽게 1위를 차지했지만, 2020년 코로나19 발생 이후 뉴스와 편집 프로그램이 영화를 제치고 주요 프로그램으로 자리 잡았다. 이상의 연구결과를 요약해보면, 북한당국도 재미있고 정보성 넘치는 프로그램 제공에 실제 노력하고 있음이 계량 증명되었다고 볼 수 있다.

그러면 정성적 분석 결과에 대하여 살펴보자. 북한의 신규 드라마 <백학벌의 새봄> 프로그램의 심층분석 결과는 다음과 같다. <백학벌의 새봄>은 김정은 시대를

배경으로 한 드라마이다. 김정은 체제가 시작된 2012년 이후 몇 편의 영화와 드라마가 제작되었지만 김정은 시기를 배경으로 한 작품은 없었다. <백학벌의 새봄>의 주제는 농업 문제, 농촌 문제로 이는 북한 체제의 큰 문제 중 하나이다. 농촌을 혁신해서, 생산성 혁명을 이루자는 주제는 오래된 것이나, 전달하는 방식은 이전과 확연하게 차이가 난다. 특히, 적당한 선에서 반성하고, 화합하였던 과거 구성과 달리 당 간부를 향한 비판을 멈추지 않는다. 극중 몰입도를 높이기 위해서, 대중문화의 문법도 적극 활용하여 주제를 일방적으로 강조하던 경직된 연출에서 벗어나 섬세한 연출로 주제를 드러낸다. 현실에서 말하기 어려운 당 간부의 문제, 당 조직의 문제를 들춰내고, 엄벌을 받게한다. 그 결과 북한 주민이라면 시원하게 느꼈을 장면이 다수 등장한다. 향후 <백학벌의 새봄>을 계기로 김정은 시대의 문제들인 교육, 지방발전 등을 소재로 한 드라마도 나올 것으로 예상된다. 새로 방영될 드라마들은 세련된 연출, 화려해진 영상, 멜로와 액션을 복합적으로 구성하는 방식으로 높아진 북한 주민의 눈높이를 맞추려 할 것으로 예상된다.

제4장에서는 북한이탈주민을 대상으로 한 심층인터뷰 및 설문조사를 시행하였다. 심층인터뷰 및 설문조사의 주요 결과는 다음과 같다. 분석 결과, 북한 주민의 미디어 이용은 통제 속에서도 다변화가 이루어지고 있으며, 세대별·지역별 환경에 따라 이용 수준과 방식이 뚜렷하게 구분되는 것으로 나타났다.

먼저 방송이용 환경부터 살펴보자. 북한 주민의 방송환경은 여전히 조선중앙TV를 중심으로 한 체제를 유지하고 있었다. 그러나 최근 들어 액정TV의 보급이 급속히 확산되면서 가정 단위의 방송 접근성이 획기적으로 개선되었다. 평양과 주요 도시지역에서는 액정TV 보급률이 거의 100%에 근접하였으며, 지방과 농촌 지역에서도 전력 사정만 허락된다면 대부분의 가정이 한 대 이상 보유하고 있었다. 다만 전력공급 불안정, 송출 장애, 노후한 안테나망 등 인프라적 제약으로 인해 안정적인 시청은 어렵고, 주로 저녁시간대에 한정적으로 이용되는 경향을 보였다. 이러한 환경적 제약 속에서도 주민들은 액정TV를 단순한 수신기가 아닌 다기능

재생기기로 활용하고 있었다. USB·SD카드 연결을 통해 외부영상물을 재생하는 사례가 있었다.

다음으로 공식 채널별 현황을 살펴보자. 공식 채널 중 조선중앙TV는 접근성 때문에 일상적으로 시청되지만, 흥미와 만족도는 높지 않았다. 방송 내용은 주로 정치행사, 지도자 동정, 기상정보, 경제성과 보도 등 체제 선전중심이었다. 반면 만수대TV는 외국 영화, 체육 중계, 공연 프로그램 등 비교적 다양한 소재를 다루며 오락성과 개방성이 높은 채널로 평가되었다. 응답자 중 70% 이상이 만수대TV를 “볼 만한 채널”로 꼽았으며, 국제뉴스나 외국영화 방영 프로그램은 사회적 대화 소재로 활용되었다. 룡남산TV는 외국어 교육 및 대학생 생활 프로그램을 중심으로 편성되어, 특히 Z세대의 학습 욕구를 충족시키는 역할을 하고 있었다.

비공식 콘텐츠 이용 관련하여 살펴보자. 비공식 콘텐츠 이용은 이미 전국적인 경향이 있었으며 주로 USB나 SD카드를 통해 유통되며, 가족·지인간 교환이 주요 경로였다. 젊은 세대일수록 이러한 경향은 강하게 나타났으며 시청 이유로는 “재미있어서”(62%), “현실과 비교하고 싶어서”(21%)가 주로 꼽혔다. 당국은 「반동사상문화배격법」 제정 이후 단속을 강화하였으나, 일부 주민들은 USB 및 소형 액정 TV 사용 등으로 회피하였다. 결과적으로 북한 방송환경은 ‘공식매체의 유지’와 ‘비공식 콘텐츠의 점진적 확산’이라는 구조가 감지되었다.

통신 분야에서는 손전화(휴대전화)의 확산이 북한 사회 전반의 일상생활을 변화시키는 주요 요인으로 작용하고 있었다. 조사 참여자 전원이 손전화를 보유하고 있었으며, 체감 보급률은 지역별로 30~80% 수준으로 파악되었다. 평양과 도시 지역에서는 거의 모든 성인이 손전화를 이용하고 있었고, 농촌 지역은 경제적 부담으로 보급률이 낮았다. 손전화의 주요 이용 목적은 복수 응답 조사 결과, 가족·친지 연락(87%), 장사·거래(62%), 정보 교환(48%), 오락 및 사진 촬영(35%) 등으로 나타났다.

세대별 유선 및 이동전화 이용 성향을 살펴보자. Z세대는 손전화를 통화·문자뿐 아니라 사진, 게임, 영상시청, 파일전송 등 멀티미디어 기기로 적극 활용하였

고, M세대는 손전화를 상품 거래, 송금, 장사 정보 교환 등 경제활동 중심으로 실용적 이용을 보였다. 기성세대는 체면이나 가족연락용 등으로 제한적으로 사용하였다. 특히 M세대의 60% 이상은 손전화를 “장사 필수품”으로 인식하고 있었으며, 이는 북한 시장화 진전에 따른 민간 경제 주체의 의사소통 수단으로 전화가 기능하고 있음을 보여준다. 한편, 유선전화는 도시 주택에서는 여전히 일부 남아 있었지만, 설치비 부담 등으로 인해 농촌·산간지역에서는 사실상 단절 상태였다.

세대별 영상물 이용 성향을 살펴보자. Z세대는 기술 친숙도가 높고 위험 감수 성향이 강했다. 공식채널을 정보·학습용으로 활용하면서도 외부영상물을 수용하였으며, 손전화 역시 사회관계망 형성과 자기표현 수단으로 이용하였다. M세대는 경제활동 중심의 실용적 이용이 뚜렷했다. 방송에서는 국제뉴스나 현실감 있는 프로그램을 선호했고, 통신에서는 거래·송금 등 실생활에 직접 연결되는 기능을 중시하였다. 기성세대는 기술 활용이 낮고, 위험 회피적 태도가 강했다. 중앙TV 시청이 대부분이며, 손전화는 안부 확인 등 제한된 용도에 머물렀다.

마지막으로 지역별 방송통신 이용의 특징을 요약해 보자. 평양은 전력과 전파 환경이 상대적으로 안정적이며, 다채널 수신이 가능하여 공식 외국 콘텐츠 접근성이 가장 높은 지역으로 나타났다. 서해안과 동해안 지역은 지리적 특성상 한국 방송 수신이 가능한 구역이 존재했으며, 일부 주민은 이를 통해 드라마, 뉴스, 생활 정보 프로그램 등을 시청하였다. 국경지역은 한국 방송 수신은 불가능하지만, 중국 방송 채널을 통해 외부 정보와 문화를 간접적으로 수용하고 있었다.

제 1 장 서 론

제 1 절 연구배경 및 필요성

방송통신 분야에서의 남북교류협력은 1999년 처음 제안된 이후 지속적으로 추진을 모색해온 대표적인 분야이다. 방송통신 분야에서의 교류협력은 이질화된 남과 북을 이어줄 수 있는 가장 쉬우면서 중요한 연결고리가 될 수 있다. 하지만, 남북관계는 항상 예측하기 힘든 긴장과 완화 상태를 반복해 왔다. 최근 2023년에는 9.19 군사합의의 일부 효력이 정지되는 등 2025년 현재 남북관계는 경색상태에 놓여져 있다.

이렇듯 남북관계가 답보상태인 가운데 통일 필요성에 대한 부정적 인식은 역대 최고치로 상승했다.¹⁾ 2024년 서울대 통일평화연구원의 통일의식조사에 의하면 북한을 협력대상으로 인식한다는 답변은 39.9%를 기록하여 역대 최저치인 전년도 37.7%에서 약간 반등하였으나 경계대상이라는 인식과 적대대상이라는 인식은 18.6%, 22.3%를 기록하였는데 적대대상라는 인식은 역대 최고치를 기록하여 북한에 대한 부정적인 인식이 가장 높은 수준이다.

이러한 가운데 북한은 반동문화사상배격법을 제정하여 외부 영상물의 반입과 시청을 금지하고 대외적으로는 유튜브, 중국 SNS 플랫폼 등에서 정상국가라고 선전하는 영상 콘텐츠를 지속적으로 업로드 하는 행보를 보이고 있다. 북한의 이러한 변화와 행보는 향후 남북 정책 수립시 고려해야 할 정책 수립의 기반 자료이며 다년간 연구를 통해 자료를 축적할 필요가 있을 것이다. 장기적으로 방송통신 분야 교류협력은 과거 다수 시행된 바 있으며, 중장기적인 관점에서 사회적 파급효과가 크기 때문에 분단의 극복, 이질성의 회복과 더불어 향후 지속가능한 한반도의 평화정착 및 통일 시 정보격차해소 등에 중요한 역할을 할 수 있다. 따라서, 관

1) 서울대학교 통일평화연구원(2024), 『2024 통일의식조사』, 서울대학교 통일평화연구원.

련 분야에 대한 지속적인 관심과 연구는 필수적인 상황이다. 본 연구는 단기적인 관점에서 남북 간 방송통신 교류협력이 효율적으로 추진될 수 있도록 돕고, 중장기적인 관점에서 향후 한반도 평화 및 통일 시 정보격차 해소 등에 도움이 될 수 있도록 북한의 방송통신 이용실태 조사를 수행하는 데 그 목적이 있다. 특히, 북한 방송통신에 대한 이용실태와 현황조사는 향후 방송통신 협력 정책 수립 및 민간 차원에서의 남북 교류협력 활성화 방안을 모색하는데 필요한 기초자료로써 활용하기 위한 목적으로 시행되었다.

제 2 절 연구목적 및 내용

본 연구는 남북 간 방송통신 교류협력이 효율적으로 추진될 수 있도록 돕고, 중장기적으로는 향후 한반도 평화 및 통일 시 정보격차 해소 등에 도움이 될 수 있도록 북한의 방송통신 이용실태 조사를 수행하는 데 그 목적이 있다. 특히, 북한의 방송통신 이용실태와 현황조사는 향후 방송통신 협력 정책 수립 및 민간 차원에서의 남북 교류협력 활성화 방안을 모색하는데 필요한 기초자료로써 활용하기 위한 목적으로 진행되었다.

이러한 목적에 따라 본 연구는 다음과 같이 구성된다. 첫째, 최근 북한의 방송통신 변화양상을 살펴보기 위한 문헌조사를 실시하였다. 먼저 최근 북한의 대내외 환경 변화가 북한 방송통신 영역에 어떤 변화를 끼칠 것인지 조사하였다. 이를 위해 가능한 신문기사 등 다양한 문헌 분석을 통해 북한 IT 환경 분석을 수행하였다. 세부적으로는 4G/5G 이동통신 현황 분석, 방송 기술 연구 분석, 인공지능(AI) 연구 개발 분석, 이동통신 법제도 및 규제 동향 분석 등이 수행되었다. 이러한 분석들을 토대로 북한의 방송통신 정책 및 관련 이용양상에 대한 전반적인 변화수준을 확인하였다.

둘째, 북한 조선중앙TV 편성표를 분석하였다. 2024년 북한 조선중앙TV 편성표를 토대로 전체 방송프로그램을 장르별로 구분한 후, 프로그램 수, 방송시간 등에 대한 정량적 분석을 시도한다. 이러한 분석은 북한의 프로그램 변화 추이를 살

피고, 현재 북한이 집중하고 있는 방송과 이에 대한 변화양상을 직간접적으로 파악할 수 있다는 점에서 중요하다. 특히 2006년부터 현재까지 ‘북한 방송통신 이용실태조사’ 연구를 진행하면서 시계열적인 자료를 축적하고 있다는 점에서 북한 방송 관련 분석자료로서의 가치가 있다. 한편, 편성표를 토대로 한 정량분석은 단순 빈도 등 피상적인 부분만을 확인할 수 있기 때문에 심층적으로 북한의 방송통신 변화수준을 파악하는 데 한계가 존재한다. 따라서, 올해는 북한의 ‘드라마’ 분야 프로그램을 선정하여 심층분석을 시행하였다. 북한 TV 프로그램에 대한 심층분석은 프로그램의 내용 및 핵심 메시지를 토대로 세부적인 북한의 정책적 변화를 살펴볼 수 있다는 점에서 매우 중요한 작업이다. 또한, 북한의 정책적 변화뿐 아니라 북한 주민의 일상생활 등 미시적인 사회변화 모습 역시 간접적으로 확인하는 것이 가능하다는 점에서 의미가 있다.

셋째, 북한이탈주민을 대상으로 심층인터뷰 및 설문조사를 실시하여 북한의 방송통신 이용실태를 파악하였다. 심층인터뷰는 과거 시행된 설문조사에서 수집된 자료를 재확인하고 계량분석으로는 확인할 수 없었던 풍부하고 상세한 의견과 변화들을 검증하는 절차를 거쳤다. 이번 심층인터뷰에서는 방송서비스, 통신서비스, 영상물 등에 대해 세부적으로 분석하였으며, 설문조사지 항목과 연계하여 구성하였다. 심층인터뷰 조사 내용 중 방송서비스에 대한 질문은 TV를 가족이 아닌 사람들과 시청하는 것에 대한 현황, TV 시청료에 대한 인지, 필수 시청 TV 프로그램, 가장 오래 방송하고 있는 인기 TV 프로그램, TV채널(만수대TV 등)에 대한 인지 정도 등에 대하여 질문하였다. 통신서비스에 대해서는 북한의 인기 있는 손전화(핸드폰)와 통신사, 손전화 요금제 현황, 손전화 보급에 따른 변화, 손전화 어플, 손전화 가입 조건, 각종 판매소를 통한 통신기기 구입 절차와 비용, 만방TV 이용경험 등으로 질문을 구성하였다. 영상물에 대해서는 북한에서 동영상 콘텐츠를 볼 수 있는 기준, 동영상 콘텐츠 제작 경험 등에 대해 질의하였다. 또한, 북한 이탈주민 설문조사는 북한 거주 시 방송통신 서비스 이용 행태를 심층적이고 입체적으로 파악하기 위해 진행하였다. 통계학적 의미를 갖기에는 부족한 표본수이

지만 과거 시행된 설문결과와 함께 시계열데이터를 구축하는데 의미를 두고 시행하였다. 기본적인 인구통계학적 설문부터 시작하여 북한 거주 시 미디어매체 이용, 매체별 구체적인 활용현황 등을 설문조사로 확인했다. 그 외 방송프로그램의 선호도에 대해서도 질문하였다.

제 2 장 북한 방송통신 현황 및 관련 문헌분석

제 1 절 방송 부문

1. 방송 부문 관리체계 및 정책 기조

북한의 방송 부문은 노동당 중앙위원회 선전선동부가 총괄 관리·통제하는 체계 하에서 운영되고 있다. 방송, 언론, 출판, 문화예술 부문은 모두 당의 선전·사상사업 체계에 편입되어 있으며, 방송 편성, 제작 방향, 보도 내용, 표현 방식 등은 당의 노선과 정책 기조에 따라 결정되는 것으로 알려져 있다. 이는 북한에서 방송이 독립적인 공공서비스 영역이라기보다, 체제 유지와 주민 사상 통제를 위한 핵심 수단으로 기능하고 있음을 의미한다.

북한의 대표적 지상파 방송인 조선중앙TV는 지도자 활동 보도, 당 및 국가 정책 해설, 정치행사 중계, 경제성과 선전, 모범사례 소개 등을 주요 편성 요소로 유지해 왔다. 이러한 편성 구조는 김정은 집권 이후에도 기본적으로 지속되고 있으며, 방송을 통해 당의 정책 메시지를 반복적으로 전달하는 방식이 북한 방송의 핵심 운영 형태로 자리 잡고 있다. 아울러 만수대TV, 룡남산TV 등 일부 부가 채널을 통해 외국 영화, 체육 중계, 외국어 교육, 대학생 대상 프로그램 등 비교적 다양한 콘텐츠가 편성되고 있으나, 이들 역시 당국의 승인 하에 제한적으로 운영되는 채널로 평가된다.

북한은 방송을 대내 선전뿐 아니라 대외 선전 수단으로도 적극 활용하고 있다. 북한이 운영하는 대외용 웹사이트와 유튜브 채널 등에 게시되는 영상 콘텐츠는 국가기관이 관리·운영하는 것으로 알려져 있으며, 개인이 독자적으로 채널을 개설·운영하는 것은 불가능하다는 탈북민 증언이 다수 존재한다. 이러한 대외용 콘텐츠는 북한 사회의 안정성, 체제의 정당성, 정상국가 이미지를 강조하는 내용이 중심을 이루고 있다.

한편 북한은 공식적으로 과학기술 발전과 정보화를 국가 발전의 중요한 과제로 제시해 왔다. 방송 부문에서도 제작·편집·전송 과정의 디지털화를 점진적으로 추진하려는 정책 기조가 확인된다. 북한은 방송기술을 전담하는 전문 기관을 별도로 두기보다는 대학과 연구기관을 중심으로 영상 처리, 디지털 워터마킹, 색 보정, 화상 축소, 방송암호, 클라우드 기반 시스템 등 개별 기술 요소에 대한 연구를 수행하고 있는 것으로 나타난다. 이는 방송 부문에서도 일정 수준의 기술 현대화를 모색하고 있음을 보여준다.

방송 유통(전송) 인프라 측면에서는, 2024년 6월 29일 기준으로 조선중앙TV(KCTV) 위성 송출이 중국 ChinaSat 12에서 러시아 Express 103으로 전환된 정황이 보도되었다. 이는 남측의 위성 수신·모니터링 환경에 기술적 조정 필요를 발생시켰다는 점이 함께 언급되었다(Reuters, 2024.07.01.).

다만 이러한 기술 현대화 기조는 방송의 자율성 확대나 상업적 서비스 고도화를 목적으로 하기보다는, 선전 효과를 제고하고 콘텐츠 제작 효율성을 개선하며, 내부 관리 능력을 강화하려는 방향과 결합되어 있는 것으로 보인다. 실제로 북한의 방송기술 관련 연구 성과는 콘텐츠 보호, 유통 관리, 접근 통제와 연관성이 높은 분야에 집중되는 경향을 보이고 있다.

북한은 2020년 12월 최고인민회의 상임위원회를 통해 「반동사상문화배격법」을 채택하였다. 북한 매체들은 해당 법이 반사회주의 사상문화의 유입과 유포 행위를 차단하고 사상진지·혁명진지·계급진지를 강화하기 위한 준칙을 규정한 것이라고 설명하고 있다. 관련 내부 문건에 따르면, 반동사상문화의 범위에는 남한 영화·드라마뿐 아니라, 북한 TV에서 방영되지 않은 다른 나라의 영화나 편집물, 북한식이 아닌 생활양식과 풍조를 담은 모든 문화 형태가 포함된다(NK경제, 2023.07.06). 이는 방송을 통해 제공되는 콘텐츠만이 사실상 합법적 문화 향유 수단임을 의미한다.

이러한 제도적 환경을 고려할 때, 북한의 방송 정책 기조는 다음과 같이 정리할 수 있다. 첫째, 방송은 여전히 당 중심의 일원적 관리체계 하에서 운영되고 있으

며, 정치·사상적 기능이 최우선시된다. 둘째, 제한적 범위 내에서 방송기술의 현대화를 모색하고 있으나, 이는 콘텐츠 다양성 확대보다는 제작 효율성 제고와 관리 강화 목적이 강하다. 셋째, 강력한 법·제도적 규제를 통해 방송을 포함한 문화 전반을 통제하는 체계가 지속적으로 강화되고 있다.

종합하면, 북한 방송 부문은 선전·사상 기능을 중심으로 한 기존 체제를 유지하면서, 관리 효율성과 기술적 완성도를 높이기 위한 제한적 현대화를 병행하는 방향으로 운영되고 있는 것으로 평가된다.

2. 방송기술 및 콘텐츠 제작 환경 동향

북한은 방송기술 전반을 전담하는 독립적인 전문 연구기관을 두기보다는, 김일성종합대학, 김책공업종합대학 등 대학과 연구기관을 중심으로 방송과 연관된 개별 기술 요소에 대한 연구를 수행하고 있는 것으로 나타난다. 공개 자료에 따르면, 북한의 방송기술 연구는 영상 처리, 색 관리, 디지털 워터마킹, 화상 축소, 방송암호, 클라우드 기반 시스템 등 방송 제작·전송·관리 전 과정과 연관된 기술 영역을 포괄하고 있다.

먼저 콘텐츠 보호 및 관리와 관련하여 디지털 워터마킹 기술 연구가 확인된다. 김책공업종합대학 응용수학부 연구진은 불법 복제 방지 및 암호 전송 등에 활용되는 블라인드 워터마킹(blind watermarking) 기법을 연구·개발하였으며, 화상 워터마킹, 문서 워터마킹, 동영상 워터마킹 분야가 최근 적극적으로 연구되고 있다고 밝힌 바 있다. 김책공업종합대학은 워터마킹 성능 지표로 비감지성, 견고성, 용량성, 안정성, 계산 복잡도 등을 제시하고 있으며, 이 중 비감지성과 견고성이 상호 제약 관계에 있어 이를 동시에 개선하는 것이 핵심 과제라고 설명하였다. 응용수학부 손철민 연구사는 임의의 화상과 공격 환경에서도 비감지성과 견고성이 최대한 보장되는 최적 공개 워터마킹 알고리즘을 설계하였으며, 실험 결과 기존 방법보다 우수한 성능을 보였다고 소개되었다. 해당 연구는 국제 SCI 저널 『IET Image Processing』에 게재된 「Design of optimal blind watermarking

technique based on MOEA/D」 논문이 수록되었다. 이 논문에는 해외 연구 성과가 다수 인용되어 있으며, 한국 연구진의 논문도 참고문헌에 포함되어 있는 것으로 나타난다.

영상 품질 관리와 관련하여서는 HDTV 방송용 영상감시기(모니터)의 색도 일체화 방법이 제안되었다. 김책공업종합대학 체신학부 이정주 연구사는 방송 편집물 제작 단계에서 모니터별 기준 백색값 차이로 인해 색 교정이 필요하다는 문제의식을 제기하고, 전용 색 교정 설비가 없는 환경에서도 서로 다른 종류의 모니터들이 동일한 색 현시 특성을 갖도록 조정할 수 있는 방법을 개발하였다고 밝혔다(김책공업종합대학, 2023.01.15, 「HDTV방송용 영상감시기 색도일체화」). 해당 기술은 일반 액정TV에도 적용 가능하며, 방송용 영상감시기 대체 수단으로 활용될 수 있다고 소개되었다.

대용량 영상 처리 효율성과 관련하여 모바일 화상 고속 축소 알고리즘 연구도 수행되고 있다. 김책공업종합대학 정보과학기술학부 연구진은 잡음을 증폭시키지 않는 모바일 화상 고속 축소 알고리즘(NDPID)을 개발하였으며, 초고해상도 카메라가 장착된 모바일 기기 확산에 따라 증가하는 대용량 화상·동영상 처리 문제를 해결하는 것을 목표로 하였다고 설명하였다. 해당 알고리즘은 임의의 축소 배율을 지원하면서도 기존 방법보다 빠른 속도를 보이며, GPU 환경에서 2K 동영상을 초당 116프레임으로 128화소 너비까지 축소할 수 있다고 밝혔다. 이 연구 성과는 국제 SCI 저널 『IEEE Access』에 게재된 것으로 소개되었다.

방송 운영 및 관리 환경과 관련하여서는 클라우드 컴퓨팅 기술을 방송업무정보 서비스 시스템에 적용한 연구가 확인된다. 김일성종합대학 학보 『정보과학』 2022년 제68권 제4호에 수록된 「구름봉사의 유형을 고려하여 응용프로그램들을 구름으로 넘기기 위한 연구」 논문은 클라우드 서비스 유형(SaaS, PaaS, IaaS)을 고려하여 기존 응용프로그램을 클라우드 환경으로 이전하는 방안을 제시하고, 이를 방송업무정보서비스 시스템에 적용하였다고 밝혔다. 해당 연구는 기존 시스템 분석, 클라우드 서비스 유형 고려, 후보 클라우드 식별, 클라우드 선택, 마이그레

이선 계획 수립 등 5단계 절차를 제시하고 있으며, 방송 관련 시스템 일부가 중앙 집중형 서버 환경으로 전환되고 있을 가능성을 시사한다.

보안 측면에서는 방송암호 기술 연구도 이루어지고 있다. 김책공업종합대학 정보과학기술학부 명광민 연구사는 적응적 선택 암호문 공격(CCA)에 안전하고 익명성을 갖는 신원 기반 방송암호(Identity-Based Broadcast Encryption) 방식을 개발하였다고 밝혔다(김책공업종합대학, 2025.05.14, 「적응CCA안전성과 익명성을 가진 효과적인 신원기초방송암호방식」). 방송암호 기술은 영상회의 등 그룹 통신 환경에서 안전한 일대다 통신을 보장하는 핵심 암호 기술로, 해당 연구는 디지털 서명 방식과 신원 기반 암호 기법을 결합한 새로운 방식을 제안하고 그 안전성을 증명한 것으로 소개되었다.

콘텐츠 제작 환경과 관련하여 노동신문은 평양영화기술사가 자체 역량을 기반으로 영화 창작 및 제작 과정에서 제기되는 다양한 과학기술적 문제를 해결해 나가고 있다고 보도하였다(노동신문, 2025.07.31, 「부단한 혁신을 지향하여」). 보도에 따르면 평양영화기술사는 기존 촬영 로봇 설계·제작 경험을 토대로 컴퓨터 조종 방식의 회전 촬영 장치를 개발하였으며, 인공지능 기반 얼굴 변환(face transformation) 기술과 객체 검출(object detection) 기술을 도입하고 있다. 또한 실제 인물 사진을 기초로 임의의 대상을 3D 화면으로 형상화하는 기술과 대규모 환경을 사실적으로 구현하는 3D 배경 제작 기술도 개발하였다고 소개되었다. 이와 함께 흑백 예술영화를 천연색으로 전환하는 새로운 기술 공정을 확립하여, 2024년 영화 「종군기자의 수기」의 천연색화를 실현한 사례도 언급되었다.

이와 같은 기술들은 영화 제작 부문을 중심으로 소개되고 있으나, 영상 처리 기반 기술이라는 점에서 방송 콘텐츠 제작 분야에도 적용 가능성이 있는 것으로 판단된다. 다만 공개된 자료는 대부분 연구·실험 단계 또는 제한적 적용 사례에 해당하며, 이러한 기술이 방송 제작 전반에 체계적으로 확산·정착되었는지 여부는 확인되지 않는다.

방송 콘텐츠 ‘유통 방식’ 측면에서는, NK TechLab이 만방보급소(Manbang)

기반 서비스가 2016년 4채널 디지털 방송 구독형 서비스에서 출발해, 2025년 11월경 20채널 IPTV(내부 데이터망 기반) 서비스로 확장된 정황을 분석·보도하였다. 해당 분석은 기존 '만방'이 주문형(VOD) 시청 기능을 제공해 왔으며, 새 20채널 IPTV는 구독 가구에 추가적인 가입 유인을 제공할 수 있다고 설명한다(NK TechLab, 2025.11.20.).

종합하면, 북한의 방송기술 및 콘텐츠 제작 환경은 첨단 상용 방송 시스템을 구축한 단계라기보다는, 제한된 조건 속에서 영상 처리·보안·관리 중심의 소프트웨어 기술을 점진적으로 축적·활용하는 단계로 평가된다. 이는 방송 부문의 기술 발전이 서비스 다양화나 시장 확대보다는, 콘텐츠 제작 효율성 제고와 관리·통제 역량 강화와 보다 밀접하게 연관되어 있음을 시사한다.

3. 방송 관련 규제·통제 구조 및 정책적 시사점

북한의 방송·출판·언론 활동은 노동당 중앙위원회 선전선동부의 총괄 관리·통제 하에 이루어지고 있으며, 모든 방송 콘텐츠는 사전 또는 사후적으로 당국의 승인 절차를 거치는 구조인 것으로 알려져 있다. 북한 내부 매체에 게시되는 기사, 사진, 영상뿐 아니라 대외용 웹사이트와 유튜브 채널에 게시되는 콘텐츠 역시 동일한 관리 체계가 적용되는 것으로 전해진다. 탈북민 증언에 따르면 북한에서 운영되는 유튜브 채널은 모두 국가기관이 관리·운영하며, 개인이 독자적으로 채널을 개설하거나 운영하는 것은 불가능한 것으로 알려져 있다.

북한은 2020년 12월 4일 최고인민회의 상임위원회 제14기 제12차 전원회의를 통해 「반동사상문화배격법」을 채택하였다. 북한 매체들은 해당 법이 반사회주의 사상문화의 유입과 유포 행위를 철저히 차단하고, 사상진지·혁명진지·계급진지를 강화하기 위한 준칙을 규정한 것이라고 설명하고 있다. 이후 북한 노동당은 당원들을 대상으로 반동사상문화배격법의 주요 내용을 설명하는 내부 문건을 배포한 것으로 보도되었으며(NK경제, 2023.07.06), 해당 문건에는 법에서 규제하는 반동사상문화의 개념, 유형, 처벌 기준 등이 비교적 구체적으로 제시된 것으로 알려

져 있다.

내부 문건에 따르면 북한은 반동사상문화를 “인민대중의 혁명적 사상의식과 계급의식을 마비시키고 사회를 변질·타락시키는 괴뢰출판물(남한 출판물)을 비롯한 적대세력들의 사상문화와 북한식이 아닌 온갖 불건전하고 이색적인 사상문화”로 규정하고 있다. 반동사상문화의 범위에는 괴뢰영화(남한 영화), 미국·일본 등 적대국 영화뿐 아니라, 북한 TV에서 방영되지 않은 다른 나라의 영화나 편집물, 그리고 북한식이 아닌 생활양식과 풍조를 담은 모든 문화 형태가 포함된다고 명시되어 있다. 이는 중국·러시아 등 북한과 우호적인 국가의 콘텐츠라 하더라도 당국의 사전 승인을 받지 않은 경우 반동사상문화로 규정될 수 있음을 의미한다.

이러한 규정에 따르면 북한 내에서 합법적으로 시청 가능한 영상 콘텐츠는 사실상 국가가 승인하여 방송을 통해 제공하는 콘텐츠로 한정된다. 저장매체(USB, SD카드 등)를 통해 유통되는 외부 영상물은 대부분 불법으로 간주되며, 시청·보관·유포 행위는 반당적·반국가적 범죄로 규정될 수 있다. 탈북민 증언과 관련 보도에 따르면, 반동사상문화배격법 위반으로 주민들이 처벌을 받는 사례도 보고되고 있다.

한편 과거에는 해외에 체류하거나 출장을 나간 북한 주민에 대해서는 현지 TV 시청이나 영화 관람 등에 대해 비교적 엄격한 통제가 이루어지지 않았다는 증언도 존재한다. 그러나 반동사상문화배격법 시행 이후에는 해외 체류 인원에 대해서도 상호 감시를 강화하거나, 컴퓨터 및 전자기기에 감시 프로그램을 설치하여 영상 시청 여부를 점검하는 등 통제가 강화된 것으로 전해진다.

북한 당국은 영상 콘텐츠뿐 아니라 언어 사용에 대해서도 규제를 강화하고 있다. 남한식 표현이나 어휘 사용은 북한식 문화어 사용 원칙에 위배되는 행위로 간주되며, 경우에 따라 처벌 대상이 될 수 있다는 경고가 반복적으로 제시되고 있다. 이는 방송과 영상 콘텐츠를 통한 외부 문화 유입뿐 아니라, 일상생활 전반에서의 문화적 변화를 차단하려는 시도로 해석된다.

앞서 살펴본 방송기술 연구 동향과 이러한 강력한 규제 체계를 종합하면, 북한

의 방송기술 발전은 표현의 자유 확대나 콘텐츠 다양화로 이어지기보다는, 콘텐츠 제작 효율성 제고와 함께 통제·관리 능력을 강화하는 방향으로 활용될 가능성이 크다. 워터마킹, 방송암호, 클라우드 기반 시스템 등 기술은 불법 유통 방지, 접근 통제, 콘텐츠 관리 자동화 등의 수단으로 활용될 여지가 있다.

정책적으로 볼 때, 북한 방송 부문은 기술 현대화를 일정 부분 모색하고 있으나, 그 활용 방향은 체제 유지와 선전·통제 기능 강화에 보다 밀접하게 연계된 구조를 보인다. 이러한 특성을 고려할 때, 향후 남북 방송 분야 교류협력을 검토할 경우, 대규모 장비 이전이나 상용 방송 시스템 구축 중심의 접근보다는, 방송 제작·운영 인력 대상 교육·연수, 기록물 보존 및 아카이빙, 공동 콘텐츠 기획 등 비교적 비정치적이고 단계적인 협력 방식이 현실적일 수 있다.

또한 북한의 규제·통제 구조에 대한 충분한 이해를 전제로, 협력 범위와 수준을 점진적으로 조정해 나가는 전략이 필요함을 시사한다.

제2절 통신 부문

1. 통신 부문 관리체계 및 정책 기초

북한의 통신 부문은 국가가 주도적으로 관리·운영하는 체계 하에 놓여 있으며, 이동통신과 유선통신 서비스 모두 국가의 통제 범위 내에서 제공되고 있다. 통신은 주민 생활 편의성을 일정 부분 제고하는 수단이면서 동시에 사회 통제와 정보 관리의 핵심 수단으로 인식되고 있다.

북한은 김정은 집권 이후 과학기술 발전과 정보화를 국가 발전의 주요 과제로 지속적으로 강조해 왔으며, 통신 부문에서도 기초 인프라 유지와 기술 역량 축적을 병행하는 정책 기초를 유지하고 있는 것으로 보인다. 다만 통신 부문의 정책 목표는 시장 기반 서비스 확대나 경쟁 촉진보다는, 국가가 통제 가능한 범위 내에서 서비스 제공 범위를 확대하고 체제 운영에 필요한 기능을 강화하는 데 초점이 맞추어져 있다.

북한의 이동통신 서비스는 제한된 사업자 구조 하에서 운영되고 있으며, 가입 조건, 요금제, 단말기 유통 등 주요 요소는 국가의 관리·감독을 받는 것으로 알려져 있다. 탈북민 증언에 따르면 손전화(휴대전화) 보급은 도시 지역을 중심으로 빠르게 확산되었으며, 주민 생활에서 통신 서비스의 중요성은 과거에 비해 크게 증가하였다. 특히 가족·친지 연락, 장사 및 거래, 정보 교환 등 실생활 영역에서 통신의 활용도가 높아진 것으로 나타난다.

이와 같이 북한은 통신을 주민 생활과 경제활동에 일정 부분 활용하면서도, 동시에 국가가 통제 가능한 구조를 유지하려는 이중적 정책 기조를 보이고 있는 것으로 평가된다.

2. 이동통신 기술·인프라 및 서비스 동향

공개 자료에 따르면 북한은 비교적 이른 시기부터 4세대(4G) 및 5세대(5G) 이동통신 기술에 대한 관심을 보이며 관련 연구를 수행해 왔다. 북한의 대학과 학술지를 중심으로 LTE(Long Term Evolution)와 차세대 이동통신 기술의 핵심 요소에 대한 연구 성과가 간헐적으로 확인된다.

2023년 말 이후 국내외 보도에서는 4G 서비스 도입 정황이 구체화되었다. Daily NK는 2023년 12월 말 “북한이 4G 가입을 받기 시작했으나 커버리지 개선을 관망하는 주민이 많다”는 취지로 보도했으며(2023.12.22), 이후 2024년 11월 보도에서는 Kangsong(강성) 앱 공지(2023.09.08) 접근을 근거로 “평양 중심의 단계적 전개” 정황을 제시했다(Daily NK, 2024.11.29.). 또한 해외 매체들은 Daily NK 보도를 인용해 “중국 Huawei의 중고 장비 등으로 3G 기지국을 업그레이드하며 4G 도입을 추진했다”는 취지로 전했다(예: Telecompaper 2024.01.05; Mobile World Live 2024.01.08; Light Reading 2024.01.09.)

인프라 측면에서 북한은 3G 이동통신 상용망을 운용해 왔으며, 2023년 이후 일부 지역에서 4G 설비 설치 및 서비스 도입과 관련된 보도가 이어지고 있다. 2025년 북한 매체는 평안남도 지역에서 4G 설비가 설치되었음을 공식적으로 확

인한 바 있다. 다만 4G 서비스가 전국적으로 확산되었는지, 또는 3G와 어떤 방식으로 연동되어 운용되고 있는지에 대해서는 명확한 정보가 제한적이다.

4G 이동통신과 관련하여 물리계층 신호처리, 자원할당, 다중접속 기술, 코어망 구조, 인증·과금·인가(AAA) 서버, IMS(인터넷 멀티미디어 서브시스템) 등 요소기술에 대한 연구가 수행되고 있으며, 일부 논문에서는 국제 표준 문서와 해외 연구 성과가 인용되고 있다. 이는 북한 연구진이 국제 이동통신 기술 동향을 일정 수준 추적·분석하고 있음을 시사한다.

5G와 관련해서도 비직교다중접속(NOMA), 후보 파형, 대용량 트래픽 처리 기술 등 차세대 이동통신 핵심 기술에 대한 연구가 학술 자료를 통해 확인된다. 이러한 연구는 주로 이론적·알고리즘 수준에 머물러 있으며, 실제 상용망 구축과 직접적으로 연결되는 사례는 제한적인 것으로 보인다.

인프라 측면에서 북한은 3G 이동통신 상용망을 운용해 왔으며, 2023년 이후 일부 지역에서 4G 설비 설치 및 서비스 도입과 관련된 보도가 이어지고 있다. 2025년 북한 매체는 평안남도 지역에서 4G 설비가 설치되었음을 공식적으로 확인한 바 있다. 다만 4G 서비스가 전국적으로 확산되었는지, 또는 3G와 어떤 방식으로 연동되어 운용되고 있는지에 대해서는 명확한 정보가 제한적이다.

탈북민 증언에 따르면 손전화 보급률은 지역별로 편차가 크며, 평양과 주요 도시 지역에서는 성인 인구의 상당수가 손전화를 보유하고 있는 반면, 농촌 지역에서는 경제적 부담과 인프라 제약으로 보급률이 상대적으로 낮은 것으로 나타난다. 손전화의 주요 이용 목적은 가족·친지 연락, 장사 및 거래, 정보 교환, 오락 및 사진 촬영 등으로 나타나, 통신 서비스가 주민 일상과 경제활동 전반에 깊숙이 들어와 있음을 보여준다.

종합하면 북한은 3G 기반 위에서 제한적 범위 내에서 4G 도입을 시도하고, 동시에 5G 관련 기술 역량을 축적하는 방향으로 이동통신 분야를 발전시키고 있는 것으로 보인다. 다만 국제 제재, 장비 조달 제한, 투자 여력 부족 등을 고려할 때, 단기간 내 전국 단위 고도화된 상용망 구축은 쉽지 않을 가능성이 크다.

3. 통신 관련 규제·통제 구조 및 정책적 시사점

북한의 통신 서비스는 기술적 측면의 발전과 함께 강력한 규제·통제 체계 속에서 운영되고 있다. 손전화 단말기에는 감시·검열 기능이 내장되어 있으며, 통화 내용, 문자메시지, 파일 저장·전송 내역 등에 대한 모니터링이 이루어지고 있다는 탈북민 증언이 다수 존재한다. 또한 승인되지 않은 애플리케이션 설치나 외부 파일 저장·전송은 처벌 대상이 될 수 있는 것으로 알려져 있다.

통신 서비스 이용 역시 반동사상문화배격법 등 관련 법·제도와 연동되어 통제되고 있다. 외부 영상물이나 문서를 손전화를 통해 저장·유통·시청하는 행위는 반동사상문화 유포 행위로 간주될 수 있으며, 이에 따른 처벌 위험이 존재한다. 이로 인해 주민들은 USB, SD카드, 소형 기기 등을 활용하거나, 파일명을 위장하는 등 다양한 회피 전략을 사용하는 것으로 전해진다.

이와 같은 통제 환경 속에서도 통신 서비스는 주민 생활에서 필수재화적 성격을 점차 강화하고 있다. 특히 장사·거래, 송금, 가격 정보 교환 등 시장화된 경제 활동과 결합되면서 통신의 실질적 중요성은 계속 확대되는 추세로 보인다.

정책적으로 볼 때, 북한 통신 부문은 기술적 고도화 시도와 강력한 통제 구조가 병존하는 영역으로 평가된다. 이는 통신 인프라 협력이 곧바로 개방이나 정보 자유화로 이어지기 어렵다는 점을 시사한다.

따라서 향후 남북 통신 분야 협력을 검토할 경우, 대규모 상용망 구축이나 첨단 서비스 도입보다는, 기초 통신 인프라 개선, 네트워크 유지·관리 기술 교류, 재난·안전 통신 등 비교적 비정치적이고 공공성이 높은 영역부터 단계적으로 접근하는 전략이 현실적일 수 있다. 또한 북한의 규제·통제 체계에 대한 충분한 이해를 전제로 협력 범위와 수준을 조정해 나갈 필요가 있다.

제 3 장 조선중앙TV 프로그램 및 편성표 분석

제 1 절 조선중앙TV 편성표 분석

1. 개요

북한 방송 자료를 일반인들이 접하거나 활용할 수 있는 범위는 매우 제한적이다. 통일부에서 ‘북한방송 모니터링’ 사업의 일환으로 『조선중앙TV』 프로그램을 분석하고 있으나 결과물이 특수자료로 분류되어 있기 때문에, 일반인이 자유롭게 접하는 것은 어렵다. 또한, 학술적인 목적으로 지정된 장소에서 『조선중앙TV』 시청은 가능하지만, 방영된 기존 영상을 활용하여 분석하기에는 한계가 있다. 따라서 본 절에서는 현실적으로 수집 가능한 북한 방송자료인, 『조선중앙TV』의 편성표를 활용하여 통계자료를 생산 및 분석하고자 한다. 먼저 수집된 『조선중앙TV』 편성표를 활용하여 북한 방송의 방영 시간과 프로그램 편성 특성을 체계적으로 조사하고, 이를 향후 심층 분석을 위한 기초 연구로서 수행한다.

2. 조사 방법

가. 조사 기간

확보된 자료는 2005년 11월 22일부터 2024년 12월 31일까지 『조선중앙TV』 일별 프로그램 제목과 프로그램 시작 시각이 포함된 편성표이다. 조사는 크게 두 가지 방법으로 시행하였다. 첫째, 표본조사이다. 시간 흐름에 따른 편성 변화를 유추해 보기 위해 전체 연도(2006년~2024년)의 매년 4주씩(3월 1~14일, 10월 1~14일)을 추출하여 그 변화를 살펴본다. 해당 방법으로 확보된 조사 대상 기간은 532일이다. 둘째, 전수조사이다. 수집한 자료 중 2018년 이후 연도(2018~

2024년) 전체 365일의 편성을 분석하는 것이다. 정리하자면 다음과 같다.

- 조사대상 기간(①+②): 총 3,087일(① 532일 + ② 2,555일)
 - ① 전체연도의 매년 2주씩(3월 1~14일, 10월 1~14일) 표본조사
 - 2006년 3월 1~2주, 10월 1~2주(28일)
 - 2007년 3월 1~2주, 10월 1~2주(28일)
 - ...
 - 2024년 3월 1~2주, 10월 1~2주(28일)
 - : 28일×19년(2006~2024년) = 532일
 - ② 2018년부터는 전체 365일 전수조사
 - 365일×7년(2018~2024년) = 2,555일

나. 조사내용 및 프로그램 유형 분류

본 조사는 조선중앙TV에 대한 기초적인 정보를 제공하는 차원에서 장르별 방송 시간과 프로그램 개수를 분석하였다. 특히 조선중앙TV에서 방영한 각 프로그램의 특성을 파악하기 위해 편성표 프로그램명을 토대로 특정 장르의 방송 비중을 확인하는 데 중점을 두고, 전체적인 편성구성에 대한 분석을 수행하였다. 조사 대상 기간은 두 가지(① 전체 연도의 매년 2주씩(3월 1~14일, 10월 1~14일), ② 2018년~2024년 전체)이므로 1) 장르별 방송시간 변화 추이 파악, 2) 장르별 프로그램 개수 변화 추이 파악, 3) 2006년~2024년 방송시간 및 프로그램 개수 변화 추이 파악, 4) 2018년~2024년 전체 장르별 방송시간 및 프로그램 개수 파악, 5) 2024년 편성표 장르 신규 분류를 진행하였다.

조사에 적용된 프로그램 유형별 분석을 위해서는 방송 내용에 대한 파악이 필요하다. 따라서 유튜브(Youtube)에 업로드 된 조선중앙TV 프로그램 영상 등을 이용하였다. 프로그램 시청 결과, 프로그램 제목에 “보도”, “재방”, “영화”, “아동”, “만화” 등과 같이 표기된 것을 기준으로 편성표를 살펴본 결과 다음과 같이 편성 표상의 전체 프로그램들을 9가지 장르로 구별할 수 있었다(이하 9개 프로그램 유

형 순서는 가나다순).

〈표 3-1〉 조선중앙TV 프로그램 장르 구분(기본형)

구분	장르	세부 프로그램
1	교양과 시사	과학, ~상식, 노래, 시, 수필 수기, 선동방송, 우리말상식수첩, 척척박사, 시사좌담, 문답, 시사대담, 좌담회, 스포츠(체육상식), 음악관평, 음악이야기, 건강과 생활섭생
2	날씨	날씨
3	다큐멘터리	~에서, 방문기, ~찾아서, 고향소식, ~보물고, 참관기, 텔레비존정론, 실화, 세계동물들, 연속기행, 연설기념비, 집중방송, 수기(사람에 관한 설명), 실화, 운문실화, 단상
4	드라마	연속극, 연속소설
5	보도	~소식, 축하방송, ~중계(목화실태, 현지방송), ~정치동향, 선전영상, 체육경기일정, 체육경기소식새해인사, 설날인사
6	아동	아동방송시간(만화영화, 아동영화, 세계명작동화집 등)
7	영화	영화(조선기록영화, 조선예술영화, 로련예술영화, 과학영화)
8	오락	텔레비존기념무대, 음악, 감상
9	편집물	~편집물, 방송모임, 이야기, 동승기, 옛말할아버지, 특집, TV화첩

자료: 저자 작성

〈표 3-1〉을 기준으로 조선중앙TV 편성표를 분석해 자료를 축적하는 것은 앞서 제시하였던 것과 같이 북한방송을 이해하기에 필요한 기초 작업이라는 의의가 있다. 다만, 기본형 프로그램 장르 분류로만 북한방송을 이해하는데 한계가 있다. 이러한 한계를 극복하기 위한 대안으로 한국 방송프로그램 유형 분류 기준을 북한방송에도 적용하여 조선중앙TV 프로그램 장르를 구분하고자 한다. 공식적인 방송 프로그램 유형 분류 기준은 우리나라에서도 명확하게 있지 않기 때문에 〈표 3-2〉에 있는 분류를 참고하여 프로그램을 구분하였다.

〈표 3-2〉 방통위 방송콘텐츠 경쟁력 평가

구분	장르	장르 예시
1	뉴스	종합뉴스, 스트레이트 뉴스, 지역뉴스, 북한뉴스, 국제뉴스, 경제뉴스, 기상뉴스, 비정규 편성보도, 국가의례 행사중계, 기타 등
2	시사정보	종합시사정보, 심층시사, 시사토크쇼, 시사기획, 시사토론, 대담, 미디어 비평, 시청자평가, 고발프로그램 등
3	경제정보	산업정보, 기술동향, 창업정보, 국제경제, 금융, 증권, 부동산, 재테크, 경제상식 등
4	취미/생활정보	지역, 가사, 요리, 건강, 생활, 해외, 문화, 레저, 법률, 자선, 모금, 소수 대상, 인포테인먼트, 구인구직, 기타 종합 분야를 주제로 하되 생활상에 필요한 유용한 정보제공을 목적으로 하는 방송프로그램
5	다큐멘터리	인간, 역사, 기행, 자연, 과학, 환경, 교육, 지리, 동물, 식물, 문화, 리얼리티, 종합, 기타 분야를 주제로 심층적인 접근과 영상미를 주된 특징으로 하는 방송프로그램 (*다만, 시사적인 내용을 다루는 콘텐츠는 시사정보에 포함)
6	학습교육	어학교육, 수능교육, 대학교육, 어린이교육, 자격증, 직업교육, 문화강좌, 명사특강, 각종 분야에 대한 강좌프로그램 등
7	공연예술	국악, 무용, 클래식, 미술, 연극 등 실황중계
8	국내 드라마	연속극, 시리즈물, 단막극 (텔레비전용)
9	외국 드라마	연속극, 시리즈물, 단막극 (텔레비전용)
10	연예오락	버라이어티, 연예정보, 연예시상, 비디오 모음, 서바이벌, 토크쇼, 가요를 제외한 오디션, 체험, 사건사고 재연 등
11	대중음악	가요순위, 토크음악쇼, 가요쇼, 음악 오디션 프로그램 등
12	퀴즈	지식과 재능을 겨루는 각종 퀴즈 프로그램
13	코미디/시트콤	코미디 버라이어티, 시트콤 시리즈물 등
14	국내 영화	국내에서 제작된 극영화
15	외국 영화	외국에서 제작된 극영화
16	스포츠	경기 실황중계, 녹화중계, 하이라이트, 스포츠 뉴스, 바둑/장기 중계 등
17	국내 애니메이션	국내에서 제작된 텔레비전용, 극장용 애니메이션
18	외국 애니메이션	외국에서 제작된 텔레비전용, 극장용 애니메이션
19	게임	PC게임, 온라인 게임 중계, 게임 공략법 등
20	종교	종교적 집회 중계, 설교, 경전강의 등 종교를 주제로 하는 각종 방송콘텐츠

자료: 저자 작성

3. 조사 결과

가. 방송 프로그램 장르별 방송시간(2006~2024년, 매년 4주간)

먼저 방송시간에 대해 살펴볼 것이다. 장르별 방송시간의 특징을 요약하자면, 2006년부터 2017년까지 영화와 보도가 1, 2위를 경쟁하는 양상이었으나, 이후 영화의 비중이 줄어들며 2021년부터는 거의 매년 보도와 편집물이 1, 2위를 다투며 가장 많이 방영되었다. 전체 방송 프로그램 중 3위는 2006년부터 2017년까지는 2006년과 2012년, 2013년을 제외하고 편집물이 차지하였으나, 2018년부터는 변동이 있는 편으로, 보도, 편집물, 영화 프로그램이 3위에 해당되었다.

최근 연도를 보면 2023년에는 편집물, 영화, 보도가 각각 1~3위를 기록했던 것과 달리 2024년에는 1위가 편집물, 2위 보도, 3위는 영화가 차지하였다. 2006년부터 2023년 표본조사에서는 1위로 방송시간을 차지하는 경우 약 30% 정도의 비중을 가졌다. 기존 1위 점유율과 달리 2023년에는 1위 편집물이 28.3%, 2위가 영화 24.7%, 3위 보도가 22%로 30% 이상 점유하는 장르가 없었다. 하지만 2024년에는 1위 프로그램의 방송시간 비중이 30%를 넘어섰다.

〈표 3-3〉 조선중앙TV 장르별 방송시간

	2006		2007		2008		2009		2010	
	시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율
교양과 시사	18:49	10.9%	8:17	5.5%	10:34	7.0%	11:25	7.5%	7:33	5.0%
날씨	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
다큐멘터리	15:06	8.7%	12:08	8.0%	13:05	8.7%	8:17	5.5%	7:50	5.2%
드라마	2:07	1.2%	10:39	7.0%	10:08	6.8%	11:02	7.3%	11:36	7.6%
보도	36:12	21.0%	37:54	25.0%	42:28	28.3%	58:22	38.5%	56:49	37.4%
아동	7:02	4.1%	10:35	7.0%	6:15	4.2%	5:48	3.8%	4:58	3.3%
영화	77:01	44.6%	54:14	35.8%	45:50	30.6%	33:52	22.3%	39:25	26.0%
오락	6:16	3.6%	1:51	1.2%	4:41	3.1%	3:06	2.0%	1:28	1.0%
편집물	10:02	5.8%	15:46	10.4%	16:56	11.3%	19:44	13.0%	22:12	14.6%

	2006		2007		2008		2009		2010	
	시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율
합 계	172:35	100%	151:24	100%	149:57	100%	151:36	100%	151:51	100%

	2011		2012		2013		2014		2015	
	시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율
교양과 시사	16:08	10.8%	9:15	4.8%	12:23	5.6%	7:10	2.7%	15:12	5.9%
날씨	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
다큐멘터리	13:12	8.8%	14:55	7.8%	15:46	7.1%	20:06	7.6%	8:32	3.3%
드라마	14:03	9.4%	2:11	1.1%	10:33	4.8%	1:50	0.7%	8:50	3.4%
보도	43:26	29.1%	62:26	32.7%	63:10	28.5%	69:34	26.2%	86:14	33.2%
아동	3:48	2.5%	6:20	3.3%	5:42	2.6%	9:52	3.7%	8:12	3.2%
영화	37:35	25.2%	81:52	42.9%	98:05	44.2%	119:35	45.0%	97:03	37.4%
오락	4:17	2.9%	4:43	2.5%	2:22	1.1%	11:28	4.3%	7:09	2.8%
편집물	16:46	11.2%	9:11	4.8%	13:52	6.2%	26:01	9.8%	28:12	10.9%
합 계	149:15	100%	190:53	100%	221:53	100%	265:36	100%	259:24	100%

	2016		2017		2018		2019		2020	
	시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율
교양과 시사	9:16	3.8%	10:24	4.1%	10:23	4.0%	9:52	3.8%	16:14	6.7%
날씨	0	0.0%	2:10	0.8%	0:45	0.3%	0	0.0%	0:00	0.0%
다큐멘터리	20:18	8.3%	14:54	5.8%	20:09	7.8%	19:37	7.5%	19:56	8.2%
드라마	4:32	1.8%	4:09	1.6%	13:26	5.2%	2:41	1.0%	0:00	0.0%
보도	71:21	29.0%	68:58	26.9%	51:46	20.0%	67:55	26.0%	80:49	33.3%
아동	9:26	3.8%	10:19	4.0%	15:13	5.9%	10:33	4.0%	11:34	4.8%
영화	81:11	33.0%	84:52	33.1%	87:08	33.6%	91:12	34.9%	65:26	26.9%
오락	7:39	3.1%	4:00	1.6%	4:06	1.6%	0:57	0.4%	1:54	0.8%
편집물	42:01	17.1%	56:46	22.1%	56:21	21.7%	58:44	22.5%	46:58	19.3%
합 계	245:44	100%	256:32	100%	259:17	100%	261:31	100%	242:51	100%

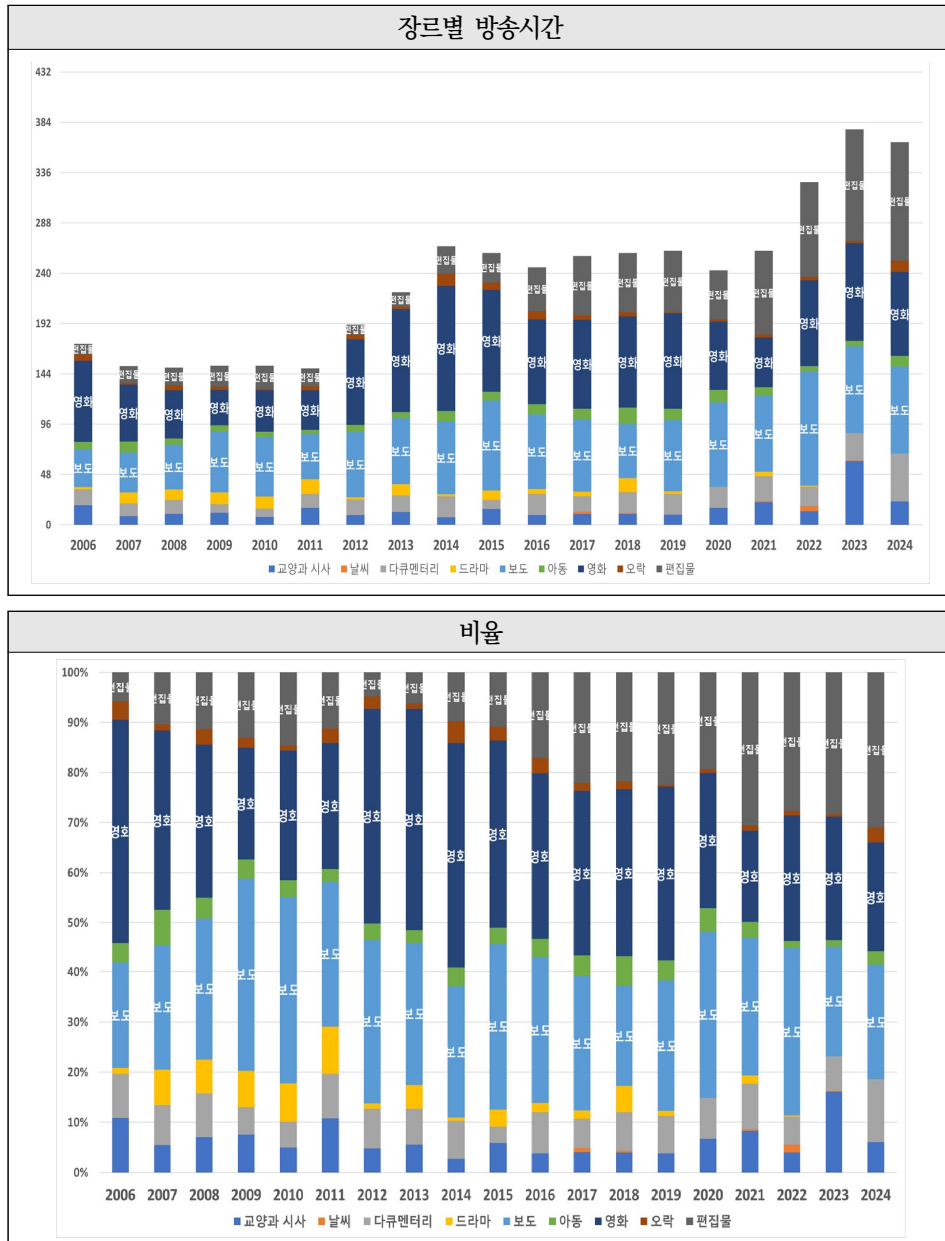
	2021		2022		2023		2024	
	시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율
교양과 시사	21:38	8.3%	12:54	3.9%	60:48	16.1%	22:07	6.1%
날씨	0:58	0.4%	5:08	1.6%	0:40	0.2%	0:06	0.0%
다큐멘터리	23:36	9.0%	18:19	5.6%	26:00	6.9%	45:44	12.5%
드라마	4:27	1.7%	0:52	0.3%	0:00	0.0%	0:00	0.0%
보도	72:14	27.6%	109:06	33.4%	83:07	22.0%	83:12	22.8%
아동	8:17	3.2%	5:04	1.5%	5:00	1.3%	9:49	2.7%
영화	47:33	18.2%	82:05	25.1%	93:03	24.7%	80:09	22.0%
오락	2:46	1.1%	3:09	1.0%	2:00	0.5%	10:52	3.0%
편집물	79:56	30.6%	90:17	27.6%	106:44	28.3%	113:06	31%
합 계	261:25	100%	326:54	100%	360:55	100%	365:05	100%

자료: 저자 작성

연도별로 보면, 2006년부터 2008년까지는 대체로 영화가 1위, 보도가 2위, 편집물 또는 다큐멘터리가 3~4위를 차지하였다. 영화의 방송시간 비중이 가장 높은 이유는 회당 방송시간 자체가 타 프로그램보다 훨씬 길기 때문이다. 2009년부터 2011년까지는 보도와 영화가 각각 1, 2위로 나타났다. 2012년부터 2017년까지는 대부분 영화가 1위, 보도가 2위, 편집물 또는 다큐멘터리가 3~4위를 차지하는 시기였다. 그리고 2018년도에는 영화, 편집물, 보도가 각 1~3위를 차지하였으며, 2019년과 2020년에는 영화 및 보도가 1, 2위를 다투었다. 그러나, 2021년 및 2022년에는 편집물 및 보도가 1, 2위, 영화가 3위로 변화하였으며, 2023년에는 편집물이 1위, 영화가 2위, 보도가 3위를 차지하였다. 2024년에는 편집물과 보도, 영화가 각각 1~3위로, 전년 대비 2위와 3위를 차지하는 장르가 서로 바뀌었다.

2006년과 2012년, 2013년, 2014년 영화 프로그램의 방송시간이 40% 이상으로 압도적인 1위를 차지하였던 과거와 달리 2024년에는 영화의 방송시간 비중이 22%에 불과하였다.

[그림 3-1] 조선중앙TV 장르별 방송시간



자료: <표 3-3>을 도식화한 결과임.

나. 조선중앙TV 장르별 프로그램 개수(2006~2024년, 매년 4주간)

분석 기간의 방송시간과 더불어 어떠한 프로그램 장르가 얼마나 자주 방송하였는가를 살펴보기 위해 프로그램 장르별 개수를 분석, 정리하였다. 2006년부터 2020년까지는 보도가 압도적 1위를 차지하였고, 영화와 편집물이 각각 2, 3위로그 뒤를 이었다. 2021년은 편집물과 보도, 교양과 시사가 각각 1~3위로 나타났으며, 2022년에는 보도가 1위, 편집물이 2위, 그리고 다큐멘터리가 3위였다. 2023년에는 2006년부터 2022년까지 한 번도 1위가 되지 않았던 교양과 시사의 개수가 1위로 상정되었지만, 2024년에는 편집물이 1위를 차지하였다. 2024년에서 2위는 보도, 3위는 교양과 시사로 나타났다.

변화를 정리해보면, 2006년부터 2020년까지 전체 조사 대상 기간 내내 대부분 보도가 1위를 차지하였고 편집물 또는 영화가 2위였으며, 2021년 이후로는 보도에 집중되어 있었던 비중이 타 장르 프로그램으로 이동한 것으로 볼 수 있다. 즉, 2021년에 가장 많은 프로그램 장르는 편집물이었고 보도, 교양과 시사가 뒤를 이었다. 2022년에는 다시 보도가 1위, 편집물이 2위였지만 그 차이는 약 1%로 미미했다. 2023년은 처음으로 1위를 교양과 시사가 차지하였으며 2위는 편집물, 3위가 보도였으며, 2024년은 편집물, 보도, 교양과 시사가 각각 1, 2, 3위를 차지하였다. 이러한 점에서 2021년 이후 매년 최상위에는 조선중앙TV의 편집물, 교양과 시사가 있는 것으로 정리할 수 있다.

프로그램 개수가 1위가 아닌 경우를 살펴보면 2015년까지는 대부분 영화가 2위를 차지하고 편집물이 3위였다. 영화 2위가 아니었던 예외적인 해는 2009년, 2010년, 2011년으로 2009년 및 2010년에는 편집물이 2위, 2011년에는 교양과 시사가 2위를 차지하였다. 2021년을 제외하고 2016년부터 2023년까지 2위는 영화가 아닌 편집물이 비중을 차지하였다. 그러나 2024년에는 보도로 변화하였다. 그밖에 주로 3, 4, 5위를 차지하는 장르는 대개 교양과 시사 또는 다큐멘터리 등을 꼽을 수 있다.

〈표 3-4〉 조선중앙TV 장르별 프로그램 개수

	2006		2007		2008		2009		2010	
	개수	비율	개수	비율	개수	비율	개수	비율	개수	비율
교양과 시사	72	17.0%	33	9.2%	43	11.2%	58	14.3%	45	11.2%
날씨	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
다큐멘터리	49	11.6%	34	9.5%	43	11.2%	35	8.6%	33	8.2%
드라마	5	1.2%	15	4.2%	13	3.4%	12	3.0%	11	2.7%
보도	152	35.8%	127	35.5%	146	38.1%	175	43.1%	175	43.6%
아동	21	5.0%	26	7.3%	18	4.7%	19	4.7%	16	4.0%
영화	78	18.4%	70	19.6%	55	14.4%	40	9.9%	45	11.2%
오락	10	2.4%	4	1.1%	13	3.4%	4	1.0%	3	0.7%
편집물	37	8.7%	49	13.7%	52	13.6%	63	15.5%	73	18.2%
합계	424	100%	358	100%	383	100%	406	100%	401	100%

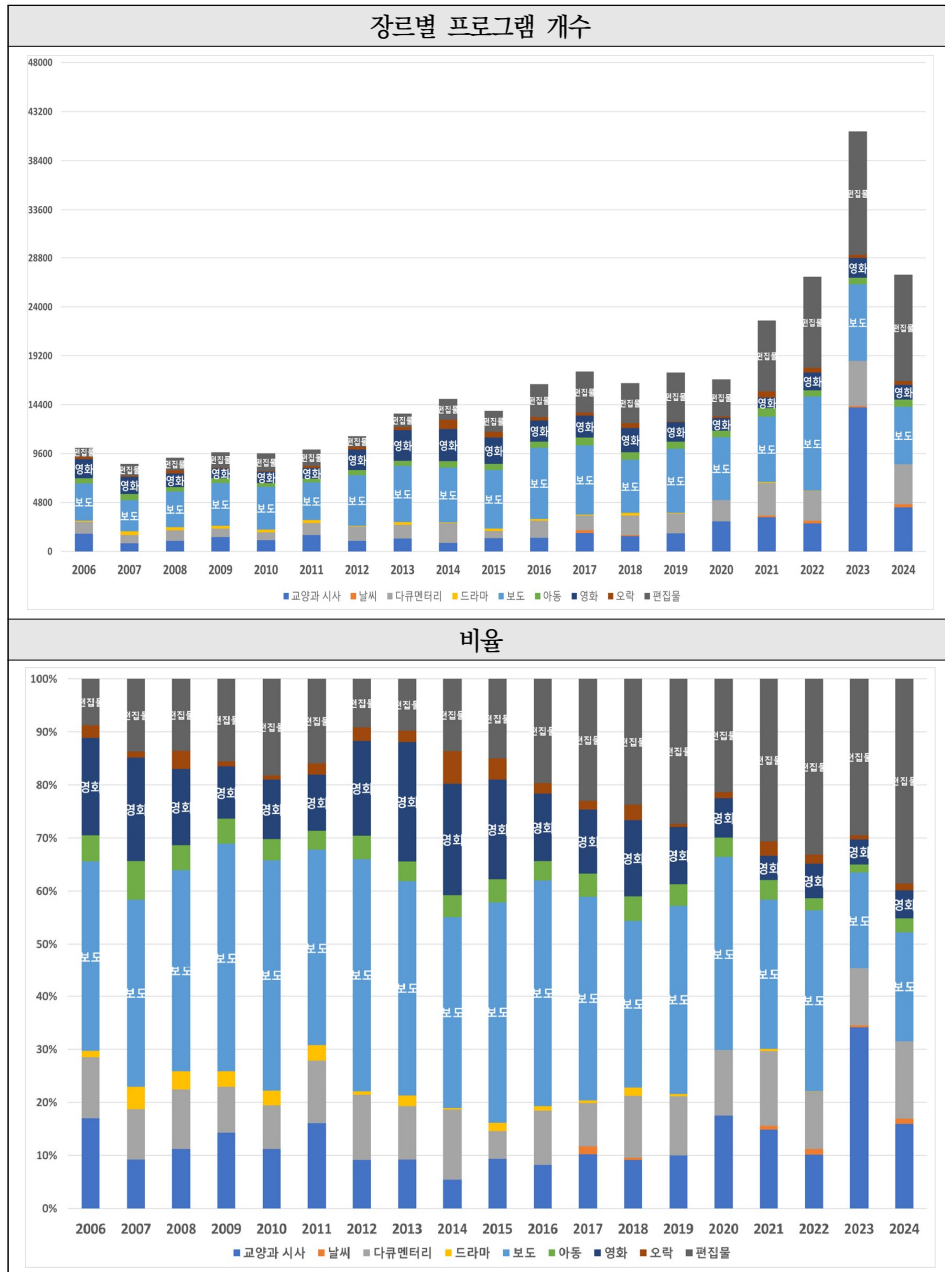
	2011		2012		2013		2014		2015	
	개수	비율	개수	비율	개수	비율	개수	비율	개수	비율
교양과 시사	67	16.1%	43	9.1%	52	9.2%	34	5.5%	54	9.4%
날씨	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
다큐멘터리	49	11.8%	58	12.3%	57	10.1%	82	13.2%	30	5.2%
드라마	12	2.9%	3	0.6%	11	2.0%	2	0.3%	9	1.6%
보도	154	37.0%	207	43.9%	229	40.6%	225	36.1%	240	41.7%
아동	15	3.6%	21	4.5%	21	3.7%	26	4.2%	25	4.3%
영화	44	10.6%	84	17.8%	127	22.5%	131	21.0%	108	18.8%
오락	9	2.2%	12	2.5%	12	2.1%	38	6.1%	23	4.0%
편집물	66	15.9%	43	9.1%	55	9.8%	85	13.6%	86	15.0%
합계	416	100%	471	100%	564	100%	623	100%	575	100%

	2016		2017		2018		2019		2020	
	개수	비율	개수	비율	개수	비율	개수	비율	개수	비율
교양과 시사	56	8.2%	75	10.2%	63	9.2%	73	10.0%	123	17.5%
날씨	0	0.0%	11	1.5%	3	0.4%	0	0.0%	0	0.0%
다큐멘터리	70	10.2%	60	8.2%	80	11.6%	82	11.2%	87	12.4%
드라마	6	0.9%	4	0.5%	11	1.6%	3	0.4%	0	0.0%
보도	292	42.7%	284	38.6%	217	31.5%	261	35.7%	257	36.6%
아동	25	3.7%	32	4.3%	32	4.7%	30	4.1%	26	3.7%
영화	87	12.7%	89	12.1%	99	14.4%	79	10.8%	52	7.4%
오락	14	2.0%	12	1.6%	20	2.9%	4	0.5%	8	1.1%
편집물	134	19.6%	169	23.0%	163	23.7%	200	27.3%	150	21.3%
합계	684	100%	736	100%	688	100%	732	100%	703	100%

	2021		2022		2023		2024	
	개수	비율	개수	비율	개수	비율	개수	비율
교양과 시사	140	14.8%	114	10.2%	588	34.2%	180	15.9%
날씨	7	0.7%	12	1.1%	6	0.3%	12	1.1%
다큐멘터리	133	14.1%	121	10.8%	185	10.8%	165	14.6%
드라마	4	0.4%	1	0.1%	0	0.0%	0	0.0%
보도	267	28.3%	385	34.3%	314	18.3%	234	20.7%
아동	35	3.7%	26	2.3%	26	1.5%	30	2.7%
영화	43	4.6%	73	6.5%	81	4.7%	60	5.3%
오락	26	2.8%	19	1.7%	13	0.8%	15	1.3%
편집물	289	30.6%	372	33.1%	507	29.5%	436	38.5%
합계	944	100%	1,123	100%	1,720	100%	1,132	100%

자료: 저자 작성

[그림 3-2] 조선중앙TV 장르별 프로그램 개수



자료: <표 3-4>를 도식화한 결과임.

다. 조선중앙TV 총 방송시간 및 프로그램 개수 추이(2006년~2024년, 매년 4주간)

조선중앙TV를 제외한 북한의 4대 TV 방송의 총 편성시간에 대한 통계수치 및 자료는 현재 확보하는 방안을 알지 못한다. 이 때문에 북한 TV 방송연구는 가장 잘 알려진 조선중앙TV의 경우 통일부의 ‘북한정보포털’ 홈페이지 등에서 편성자료를 수집하여 그 변화를 분석한 연구가 대부분이다.

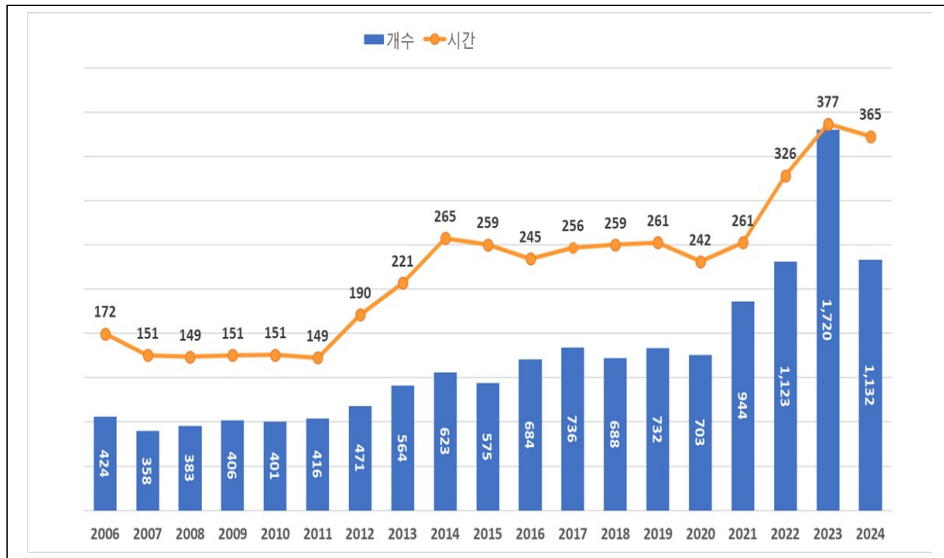
조선중앙TV의 방송 시작 시각을 살펴보면, 과거에는 월요일부터 토요일까지는 오후 5시에, 일요일이나 명절에는 오전 9시에 시작하였다. 통일부에 따르면 2022년 5월 북한의 수도 평양에 코로나19 확진자 발생을 공개한 이후, 2022년 5월 15일부터 매일 오전 9시부터 방송을 개시하는 것으로 변경되었다.²⁾

방송시간 및 방송 프로그램 건수에 대한 조사 결과, 2013년 8월과 2022년 5월을 전후로 조선중앙TV 방송시간이 증가한 것을 개별 편성표 자료를 통해서도 입증되는 결과를 얻었다. [그림 3-3]에서 2013년과 2022년 전후로 나타나는 증가폭을 확인할 수 있다. 세부적으로 연도별 프로그램 시간 및 개수에 등락은 존재하지만 2012년 이후 연도별 증가추세로 보인다.

방송시간의 경우 2012년부터 2014년까지 꾸준히 증가하다가 2015년부터 2020년까지 평균 10시간 폭 안으로 증가와 감소를 반복하는 것으로 나타났다. 2020년 이후 2021년부터는 방송시간이 늘어났는데 2022년을 전후해서는 약 40~60시간 폭으로 많이 늘어나 예년에 비해 상당한 차이가 있는 수준으로 조사되었다. 위와 같은 결과에서 방송시간이 늘어나고 있음을 확인하였다.

2) 김인섭(2023), “조선중앙TV의 코로나19 보도 연구”, 북한대학원대학교 석사학위논문, p. 15.

[그림 3-3] 총 방송시간 및 프로그램 개수 추이



자료: <표 3-3> 및 <표 3-4>를 종합, 정리하여 도식화.

라. 2024년 장르별 방송시간 및 프로그램 개수 분석 (전수조사)

2024년 1년 동안의 조선중앙TV 프로그램별 전체 방송시간에 대해 살펴보면, 편집물이 1위, 영화가 2위, 보도가 3위를 차지하였다. 1위인 편집물은 1,574시간으로 33%, 2위인 영화는 1,093시간으로 비율이 약 23%로, 1, 2위 간 10% 정도의 차이를 보였다. 2006년부터 2020년까지 대개 영화와 보도가 1위나 2위였고 편집물 또는 다큐멘터리가 3위나 4위를 차지하는 경향과 비교했을 때, 방송시간 측면에서 변화가 있었음을 볼 수 있다. 2021년 조선중앙TV 장르별 방송시간 1위는 보도, 2위는 편집물, 3위는 영화였지만, 2022년부터 2024년까지 매년 1위가 편집물인 것을 고려했을 때, 2021년 이후 편집물 장르에 대한 공급을 증가시킨 요인이 있었음을 알 수 있다.

방송시간에 이어 방송 프로그램 개수에 대해 살펴보자. 먼저 샘플 조사에서의 과거 추세는, 2006년부터 2020년까지는 매년 보도가 1위를 차지하였다. 그러나

2021년에는 편집물이 처음으로 1위를 차지하였고 보도는 2위로 나타났다. 2022년에도 비슷한 수치로 나타났고, 2023년에는 교양과 시사가 1위로 34.5%였으며 2위는 편집물로 29.8%를 차지하였다. 2024년 전수조사 결과 편집물이 1위로 41.2%이고, 2위는 보도로 18.5%였으며, 3위는 교양과 시사로 15.4%로 나타났다. 2024년은 1위와 2위 프로그램 개수의 비중의 차이가 약 23%로 2023년까지와 비교했을 때 1, 2위 간 차이가 매우 크게 벌어졌다. 그리고 2021년부터 2023년까지 보도 프로그램이 아닌 편집물, 교양 시사가 1위를 기록하며 보도 프로그램 개수가 적어지는 추세였으나, 2024년에 반등한 것을 볼 때, 보도 프로그램의 중요성은 아직 유효하다고 볼 수 있다.

〈표 3-5〉 2024년 조선중앙TV 장르별 프로그램 편성 현황

	시간	비율	순위	개수	비율	순위
교양과 시사	283:35	5.9%	5	2300	15.4%	3
날씨	1:34	0.0%	9	111	0.7%	8
다큐멘터리	557:15	11.7%	4	2272	15.2%	4
드라마	37:30	0.8%	8	27	0.2%	9
보도	1044:36	21.9%	3	2777	18.5%	2
아동	80:36	1.7%	7	380	2.5%	6
영화	1093:10	22.9%	2	796	5.3%	5
오락	96:48	2.0%	6	138	0.9%	7
편집물	1574:16	33.0%	1	6174	41.2%	1
합계	4769:20	100%		14,975	100%	

자료: 저자 작성

다음으로 2024년과 2023년의 프로그램 장르별 방송시간 및 개수 전수조사 결과를 비교하여 그 변화를 살펴보고자 한다. 이에 앞서 먼저 전년도인 2023년 프로그램 방송시간을 개략적으로 살펴보도록 하겠다. 2023년에는 방송시간 비중에서 편집물이 1위, 영화가 2위, 보도가 3위를 차지하였다. 이때 1위 편집물과 2위 보도는 각각 1,331시간과 1,172시간으로 두 장르별 방송시간 차이가 159시간으

로 큰 차이를 보였다. 프로그램 개수 측면에서는, 교양과 시사가 1위로 7,711개, 편집물 6,651개, 보도가 4,191개로, 2023년은 조선중앙TV 프로그램 편성에서 편집물의 중요도가 부각된 해로 평가할 수 있다.

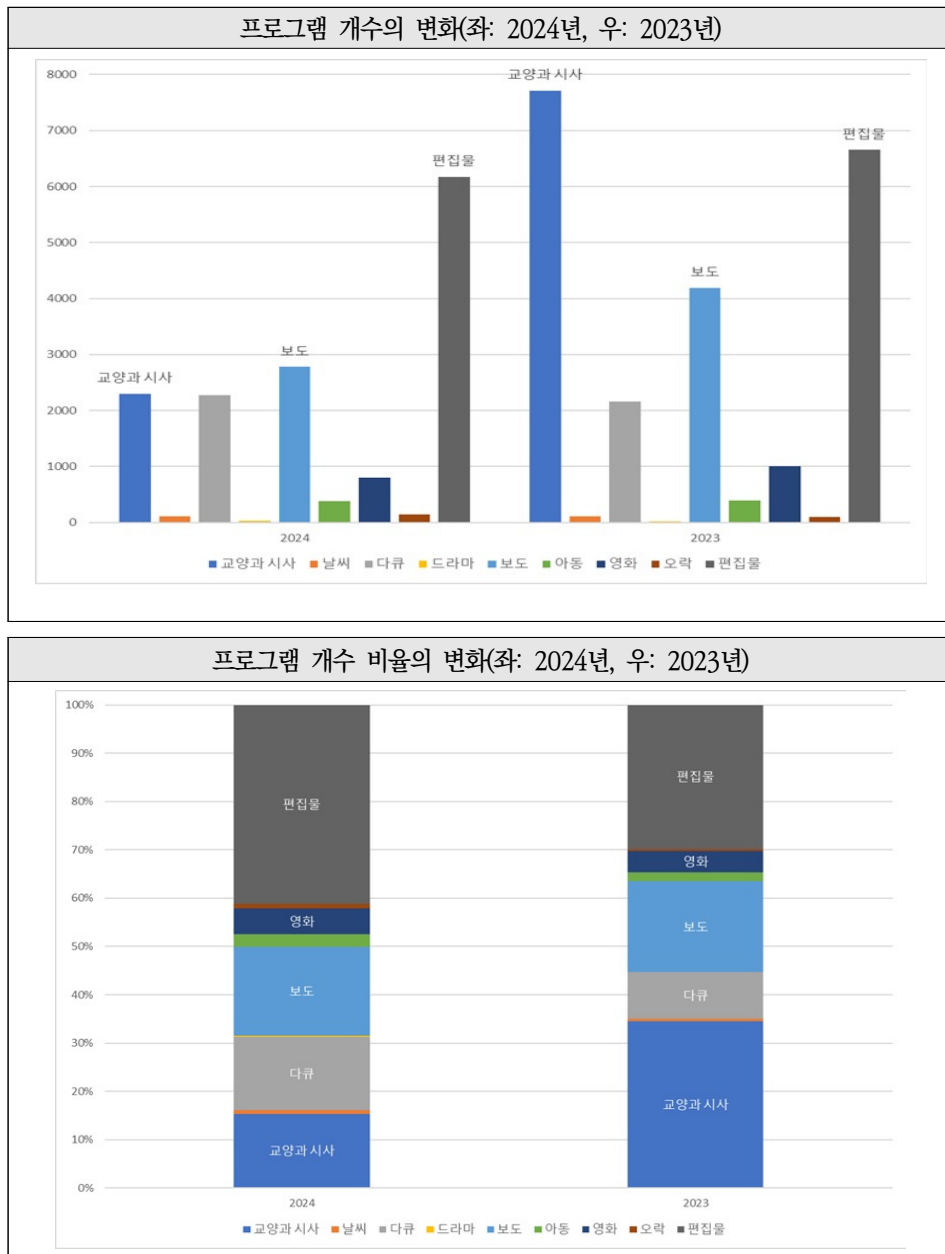
〈표 3-6〉 2023년 조선중앙TV 장르별 프로그램 편성 현황

	시간	비율	순위	개수	비율	순위
교양과 시사	823:56	16.7%	4	7711	34.5%	1
날씨	10:58	0.2%	9	109	0.5%	7
다큐멘터리	307:32	6.2%	5	2155	9.6%	4
드라마	26:42	0.5%	7	23	0.1%	9
보도	1136:29	23.1%	3	4191	18.8%	3
아동	87:26	1.8%	6	395	1.8%	6
영화	1172:04	23.8%	2	1001	4.5%	5
오락	23:54	0.5%	8	102	0.5%	8
편집물	1331:44	27.1%	1	6651	29.8%	2
합계	4920:45	100%		22,338	100%	

자료: 저자 작성

이제 2023년과 2024년을 전수조사한 결과를 비교, 분석하여 연간 변화를 비교해 보도록 하자. 먼저 프로그램 개수 측면에서 변화를 살펴보고자 한다. 2023년에는 교양과시사 1위, 편집물 2위, 보도가 3위, 다큐멘터리가 4위, 영화가 5위를 차지하였다. 반면 2024년에는 편집물이 1위, 보도가 2위, 교양과 시사가 3위, 다큐멘터리가 4위, 영화가 5위로 나타났다. 2023년 대비 2024년에는 교양과 시사가 1위에서 3위로 변화하였다. 이를 통해 북한도 최근 기존의 보도 우위에서 편집물과 교양과 시사와 같은 정보제공 및 시사성 있는 장르에 중요도를 두고 있는 북한당국의 의도를 파악할 수 있으며, 상대적으로 영화에 대한 관심은 과거 대비 하락했음을 짐작할 수 있다.

[그림 3-4] 2024년 조선중앙TV 장르별 개수 변화



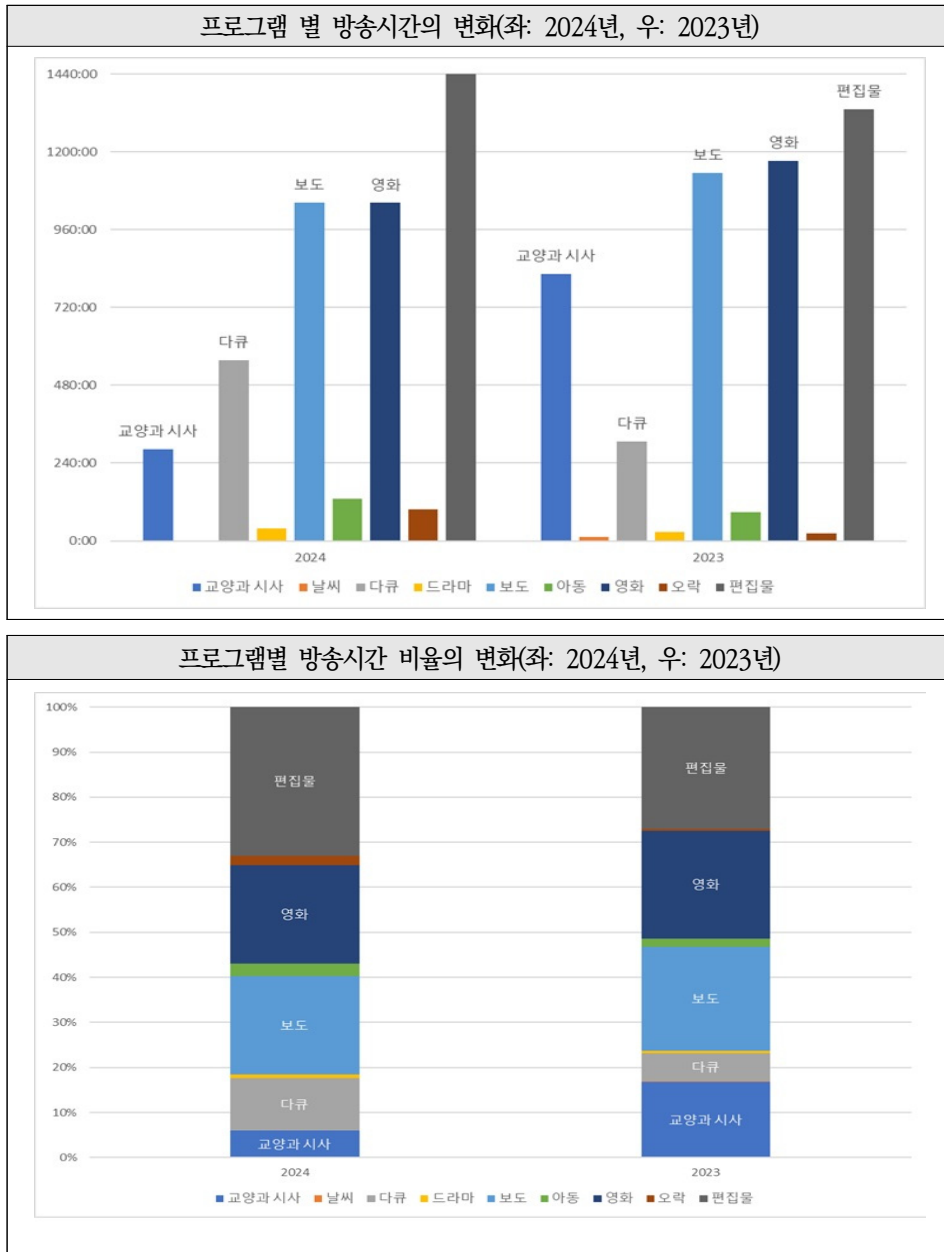
자료: 2024년 및 2023년 조선중앙TV 편성표를 바탕으로 도식화하였음.

방송 프로그램별 방송시간에 대해 2023~2024년의 전수조사 결과를 비교해보면, 2023년에는 편집물이 1위, 영화 2위, 보도 3위, 교양과 시사 4위, 다큐멘터리가 5위로 나타났다. 2024년에는 편집물이 1위, 영화 2위, 보도 3위, 다큐멘터리 4위, 교양과 시사가 5위를 차지하였다. 이를 통해 방송 시간 측면에서 편집물이 꽤 증가했고 교양과 시사는 감소했지만 순위까지는 영향을 미치지 않는다고 정리해 볼 수 있다. 관련한 추세 분석은 좀 더 장기적 관점에서 살펴볼 필요가 있을 것이다.

마. 2023년 조선중앙TV 편성표 장르 신규 분류

앞서 조사 방법에서 밝혔던 것처럼 북한방송 이해 재고를 목표로 우리나라 방송 프로그램 유형을 참고하여 조선중앙TV 편성표를 분류하여 보았다. 이러한 신규 분류는 2023년 프로그램 장르 분류부터 적용하였으며, 2024년 편성표도 신규 분류 방식에 따라 장르를 분류하여, 우리나라와 비슷하면서도 다른 북한 방송 프로그램에 대한 이해도를 높이고자 한다. 신규 분류는 프로그램 내용에 초점을 맞추어 총 19개 장르로 구분하였다.

[그림 3-5] 2024년 조선중앙TV 장르별 방송시간 변화



자료: 2024년 및 2023년 조선중앙TV 편성표를 바탕으로 도식화하였음.

〈표 3-7〉 신규 조선중앙TV 장르 구분

구분	분류	세부 설명
1	경제정보	공장 및 사업 소개 등
2	공연예술	국립교예단 공연, 아동 공연 등
3	국가이레 행사	국가 기념일 관련 행사 녹화, 기록영화, 광명성절 경축 인사 등
4	국내 드라마	TV연속극, TV극
5	국내 애니메이션	아동영화, 만화영화, 만화영화음악집, 역사만화영화
6	국내 영화	조선예술영화, TV예술영화
7	기념일 특별방송	새해인사, 설날인사 등
8	뉴스	보도, TV정론, 각도 특파기자들이 보내온 소식, 국제생활, 날씨, 오늘의 방송순서, 오늘의 보도중에서, 오늘호 중앙신문개관 등
9	다큐멘터리	과학영화, 세계여러나라 동물들, 조선기록영화 중 과거 사례 다룬 영화, 사이프로편집물(모범이 되는 사람 및 단체 소개)
10	문학/예술/교양	시, 문예작품감상, 음악소개편집물, 연속음악편집물 등
11	사상 교양	수필, 혁명 일화, 연속참관기 등 북한의 사상 교양이 들어간 프로그램
12	사상 교양 -지도자 업적	지도자(김정은, 김정일 포함)가 특정 장소가 방문했을 때의 일화, 특정 사업을 진행했을 때의 일화 등
13	선전선동용 음악	선전선동용 음악으로 자막과 함께 나오는 노래
14	선전선동용 음악 - 공연	선전선동용 음악 방송 중 공연도 함께 보여주는 프로그램
15	스포츠	스포츠 경기 중계
16	시사정보	3대혁명의 기치높이 전진해온 2023년 등
17	취미/생활정보	건강상식, 문예상식, 사회문화상식, 상식, 세계상식, 역사상식, 요리상식, 우리말 상식, 자연상식, 기상과 인간생활, 건강과 생활섭생, <위인칭송의 고귀한 재보-국제친선전람관을 찾아서> 시리즈, <위인칭송의 보물고 - 국제친선전람관을 찾아서> 시리즈
18	캠페인	집중방송 중 구호 내용
19	학습교육	TV무대, TV방송무대, TV연단, 실담 - 명사특강 세계명작동화집, 옛말할아버지, 척척박사, 신념의 워집

자료: 저자 작성.

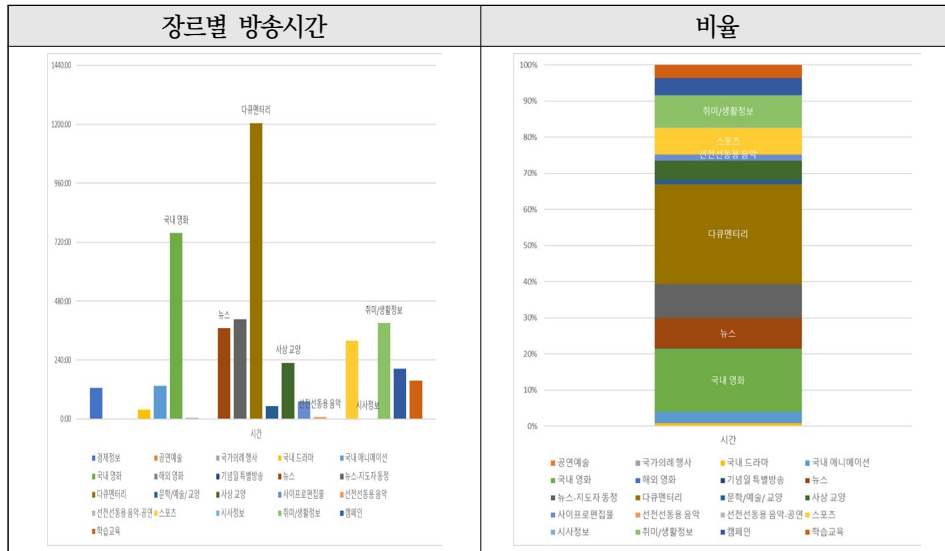
내용 분류에서 드러나는 북한방송 특징은 지도자가 어떤 동정이 있었는지를 주제로 한 ‘뉴스-지도자 동정’, ‘사상교양’과 ‘사상교양-지도자 업적’, ‘선전선동용 음악’ 등이

있다. '뉴스-지도자 동정' 분류에서는 중앙위원회 확대회의에 대한 보도이거나 만경대 학생소년 궁전, 금수산태양궁전 등에 방문하거나 다양한 국가 행사에 참여하여 연설하는 등의 내용을 다루고 있다. '사상교양' 분류에서는 수필이나 혁명일화 등 북한 프로파간다 목표가 드러나는 편집물이나 다큐멘터리 등이다. 사상교양 프로그램 중 지도자의 업적을 조명하는 프로그램은 '사상교양-지도자 업적'이라는 분류로 따로 구분하였다. '선전선동용 음악' 분류에서는 화면에 노래자막이 나오는 음악 방송이며 어린이가 공연하거나 무용이 함께 들어간 방송은 '선전선동용 음악-공연'으로 분류하여 보다 자세히 분석하고자 하였다.

2024년 조선중앙TV 편성표를 신규 분류하여 결과로 얻은 장르별 시간과 개수는 다음과 같다. 먼저 신규 분류한 프로그램 시간을 살펴보자. 2024년 신규 분류한 프로그램 시간이 가장 많은 장르는 다큐멘터리이다. 다큐멘터리는 총 1,204시간으로 26.1% 비중을 차지하였다. 다음으로 2위는 757시간 방송한 국내 영화로 전체에서 약 16.4%를 차지하였다. 3위는 총 406시간을 방송한 뉴스-지도자 동정으로 비중은 8.8%였다. 기존 분류의 2024년 편성표는 시간 기준으로 1위가 편집물, 2위가 영화, 3위가 보도였다. 2024년 편성표 결과와 비교해보았을 때, 기존보다 편집물 장르를 더욱 세분화하여 경제정보, 다큐멘터리, 사상교양, 선전선동용 음악, 스포츠 등으로 분류하였기 때문에, 장르 세분화가 비교적 어려운 다큐멘터리나 영화가 신규 분류에서 많은 비중을 차지한 결과로 보인다.

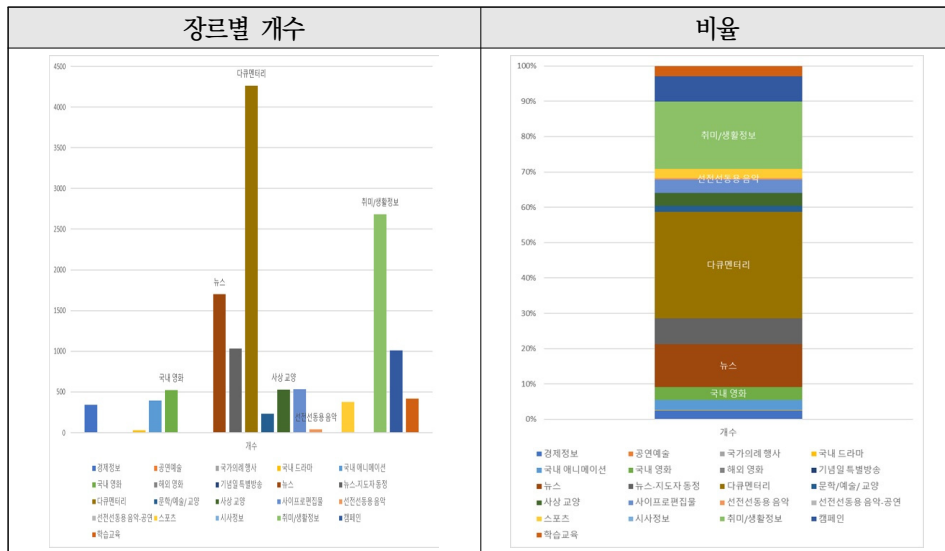
신규 분류한 2024년 조선중앙TV 프로그램 개수를 살펴보도록 한다. 프로그램 개수가 제일 많은 장르는 다큐멘터리로 총 4,264개, 28.5%로 나타났다. 다음으로 2위는 취미/생활정보로 2,685개, 그 비중은 17.9%를 차지하였다. 3위는 뉴스 프로그램으로 총 1,704개, 11.4%를 기록하였다. 마지막으로 신규 분류한 프로그램 개수와 기존 장르 분류 결과를 비교해 보도록 한다. 기존 분류에서 프로그램 개수 1위는 편집물, 2위는 보도, 3위는 교양과 시사였다. 편집물은 주로 다큐멘터리, 사상교양, 취미/생활정보 등을 포함하고 있다. 이를 통해 신규 분류에서 다큐멘터리가 1위를 차지한 결과가 기존 분류에서 편집물 프로그램이 1위를 차지한 결과와 같은 맥락에 있음을 확인할 수 있었다.

[그림 3-6] 신규 분류한 2024년 조선중앙TV 장르별 프로그램 방송시간



자료: 2024년 조선중앙TV 편성표를 분석·정리하여 도식화.

[그림 3-7] 신규 분류한 2024년 조선중앙TV 장르별 프로그램 개수



자료: 2024년 조선중앙TV 편성표를 분석·정리하여 도식화.

제 2 절 북한 드라마 <백학벌의 새봄> 심층 분석

1. 김정은 시기 드라마 현황

가. 김정은 시기 방영 드라마

<백학벌의 새봄>은 김정은 시기가 시작된 2012년 이후에 제작된 다섯 번째 드라마이다. 김정은 시기에 제작된 드라마로는 2015년 <방탄벽>, 2018년 <임진년의 심마니들>, 2022년 <마지막 한 알>, 2023년 <한 검찰일꾼의 수기>이 있었다. <백학벌의 새봄>은 2023년 <한 검찰일꾼의 수기>에 이어 2년 만에 나온 드라마이다. <백학벌의 새봄>은 김정은 체제가 시작된 2012년 이후에 최초로 현대, 즉 김정은 시대를 배경으로 한 드라마이다.

2015년에 방영한 <방탄벽>은 정영범의 극본에 엄창걸과 김철우의 연출로 텔레비전비준극창작사 제3창작단에서 제작한 14부작 드라마이다. 텔레비전 연속극으로 2015년 5월 10일부터 7월 5일까지 조선중앙TV를 통해 방송되었다.³⁾ <방탄벽>은 전반부와 후반부로 나누어진다. 전반부(제1부~제7부)는 1944년부터 1945년 광복까지를 배경으로 조선인민군 유격대 심장부를 제거하려는 일제 첩보대의 독살작전에 맞서는 방패요원 정진철의 이야기이다. 후반부(제8부~제14부)는 1945년 해방이 된 직후를 배경으로 정옥금이 아버지의 뒤를 이어 방패요원이 되어, 독화살 잔당을 막아내는 활약을 그린 드라마이다.⁴⁾ <방탄벽>은 여러 번에 걸쳐 방

3) 김미나, 「북한 드라마의 장르적 특성 연구 - 「방탄벽」을 중심으로」, 『한국문예창작』 제16권 제2호, 한국문예창작학회, 2017. 168쪽.

4) 한승호, 『북한 드라마』, 커뮤니케이션 북스, 2022, 73쪽 : “텔레비전비준극 <방탄벽>은 북한의 첩보영화다. 일제 말기인 1944~1945년을 시대적 배경으로 하고 있다. 이 드라마는 혁명의 사령부를 없애려는 일제와 이에 맞서 방탄벽처럼 지켜내려는 요원간의 추리와 첩보작전을 스릴있게 보여주고 있다. 기존 드라마와 비교해 영화처럼 빠른 전개인 드라마이다. 하지만 주제와 내용이 북한의 대표적인 구호 ‘혁명의 사령부를 목숨으로 사수하자!’와 일치한다는 점에서 어쩔 수 없는 한계가 있다.”

영되었다. <방탄벽>은 2015년 5월 10일부터 7월 5일까지 첫 방영된 이후 2016년에 재방영한 이후로 2017년, 2018년, 2019년, 2020년(2회 재방영)하였다. 재방영이 많은 북한이지만 <방탄벽>처럼 특정 드라마를 매년 방영한 사례는 이례적이다.

2018년 <임진년의 심마니들>은 8부작 드라마이다. 제목에서 ‘임진년’은 임진왜란을 의미하고, ‘심마니’는 산삼을 캐는 사람을 의미한다. 제목에서 알 수 있듯이 <임진년의 심마니들>은 임진왜란 시기에 사적으로 인삼을 왜군과 밀거래하는 비리관리와 맞서 싸우는 심마니들의 이야기이다. 임진왜란이 일어나고, 도요토미 히데요시는 ‘조선의 인삼을 가져오라’는 명령을 내린다. 이에 왜군이 심마니 너팽이의 집을 습격하고, 포로로 잡아간다. 너팽이는 선상에서 왜군을 격파하고 인삼과 보물을 찾아 육지로 돌아온다. 그리고 의병대를 조직하여, 김지수와 연합하여 왜군에 맞선다. 전투에서 승리한 너팽이에게 관직을 내리려고 하는데, 너팽이는 관직을 마다하고 평범한 심마니로 살기로 결심한다.

2022년에 방영한 <마지막 한 알>은 1970년대 세계 탁구대회를 제패한 실존 인물 박영순을 모티브로 한 6부작 드라마이다. 한정아의 장편 실화소설 『사라지지 않은 혜성』을 토대로 제작한 드라마로 촬영은 림광렬, 미술은 리무림, 연출은 리성은과 엄창걸이 맡았다. 드라마의 모티브가 된 박영순은 1975년 세계탁구선수권대회 여자 개인전을 우승으로 각종 국제대회에서 금메달 15개를 포함해 메달 37개를 획득해 ‘로력영웅’ 칭호를 받은 북한의 대표적인 스포츠 스타이다.⁵⁾ <마지막 한 알>은 1975년 2월 15일 인도 콜카타에서 열린 세계 탁구선수권대회 준준결승전 장면으로 시작한다. 당시 박영순의 상대는 정현숙(극중 정연숙)이었다. 박영순은 5세트에서 16대 20으로 밀리던 상황에서 23대 21로 승리하였다. 실존 인물을 모티브로 한 드라마로서 당시 뉴스 화면을 인용하여, 사실감을 높인 것이 특징이다.

2023년에 방영한 <한 검찰일꾼의 수기>는 6·25전쟁 시기인 1950년 8월 배경

5) 이현호, <북한서 ‘70년대 탁구여왕’ 박영순 다룬 실화드라마 연속극 방영>, 『서울경제』, 2022. 04. 09.

으로 당시 군수공장에서 군복 3천 벌을 도난당한 사건을 수사하는 내용의 8부작 드라마이다. TV극 창작사에서 제작하였는데, TV문학은 배영록, 김봉오, 서찬이 맡았고, 연출은 김봉오, 정진영이 맡았다. 중앙검찰소, 평안남도 검찰소, 흥남비료 연합기업소에서 후원하였다.

나. 김정은 시기 드라마 주제

실제로 <백학벌의 새봄> 이전에 제작된 드라마는 체제 위협을 소재로 하였다. 대표적으로 2015년에 방영한 <방탄벽>이 있다. <방탄벽>의 주제는 ‘지도자를 결 사용위하는 방탄벽’이 되자는 것이다. 사회주의 제도를 무너뜨리려는 외부의 적을 막아내자는 것이다. 반탐은 북한 드라마의 주요 주제 중 하나이다. 반탐은 간첩을 잡아내는 첩보물의 북한식 표현이다. 반대로 임무를 맡아서 정보를 캐내는 것을 정탐물이라고 한다.⁶⁾ 2023년에 제작한 <한 검찰일꾼의 수기> 역시 1950년 8월 반당분자, 배신자들을 추격하는 이야기로 반탐물이다.

드라마 뿐만이 아니다. 2014년에 상영한 예술영화 <포성없는 전구>, 2022년 예술영화 <하루낮 하루밤>과 후속편으로 2025년 예술영화 <대결의 낮과 밤>이 모두 반탐이 주제이다.

2. <백학벌의 새봄> 방영과 평가

가. <백학벌의 새봄> 개요

<백학벌의 새봄>은 2025년 4월부터 6월까지 방영한 최신 드라마이다. 텔레비전 드라마인데, 2025년 4월 16일 제1, 2부를 방영한 이후 2부씩 묶어서 방영하

6) 김미나, 「북한 드라마의 장르적 특성 연구 - 「방탄벽」을 중심으로」, 『한국문예창작』 제16권 제2호, 한국문예창작학회, 2017. 163쪽 : “정탐물은 추리물에 속한 세부장르 중 하나다. 현재 우리나라에서는 관련장르를 ‘추리’라는 큰 틀로 포괄하는 경향이 강하기 때문에 자주 쓰이지 않는 말이기도 하다. 하지만 북한에서는 “정탐 사건을 주제로 하고 있는 것. 또는 그런 작품을 일상적으로 이르는 말”로 규정하여 널리 사용하고 있다.”

였다. 구체적인 방영 날자는 1, 2부는 4월 16일, 3, 4부는 4월 23일, 5, 6부는 4월 30일, 7, 8부는 5월 8일, 9, 10부는 5월 14일, 11, 12부는 5월 21일, 13, 14부는 5월 28일, 15, 16부는 6월 5일, 17, 18부는 6월 11일, 19, 20부는 6월 18일, 21부, 22부는 6월 24일이다.

TV극창작사 제2창작단에서 제작하였는데, TV문학은 김송림이 맡았고, 연출은 엄창걸과 김철우가, 연주는 만수대예술단, 조선영화음악단이 맡았다. 연출가 엄창걸은 TV연속극 <방탄벽>을 연출한 연출가이다. 황해남도 인민위원회, 황해남도 신천군인민위원회, 황해남도 삼천군인민위원회, 황해남도 신천군 백석농장에서 후원하였다.

<백학벌의 새봄>은 김정은 시기를 배경으로 한 최초의 드라마로 시간 배경은 현재이고, 공간 배경은 황해남도 백학리이다. <백학벌의 새봄>의 백학리 농업협동농장으로 파견된 리당비서 김형섭을 주인공으로 2021년 노동당 제8차 대회에서 제시한 농업혁명을 실천해 나가는 과정에서 김정은 시대의 주요 정책을 고스란히 반영하고 있다.

나. <백학벌의 새봄> 주제 및 전개

<백학벌의 새봄>의 주제는 '새 시대 농촌진흥'이다. 한때는 전국에서도 이름 날린 본보기 협동농장이었으나 언젠가부터 활력을 잃은 백학리를 새로 부임한 리당비서 김형섭이 헌신을 다해 활기찬 농촌으로 탈바꿈한다는 줄거리이다. 북한 문화예술은 관제 예술로 주요 정책을 예술로 구현하여, 교양에 활용한다.⁷⁾ 이런 면에서 김정은 시대를 배경으로 한 <백학벌의 새봄>은 김정은 시기의 정책 변화와 드

7) 전영선, 「북한 영화에 나타난 생활경제 문제 - 2000년 이후를 중심으로」, 『통일인문학논총』 제51집, 건국대학교 인문학연구원, 2011, 288쪽 : “북한 영화는 관제예술로서 북한 체제의 주요 시기마다 국가정책에 부응하는 작품을 통해 인민 교양 사업에 활용되었다. 영화 창작에서 중요한 것은 시대적 상황과 그 시대적 상황에 맞는 주제를 형상화하는 것이다. 이는 영화에만 국한된 문제가 아니다. 모든 예술에서 중요한 것은 시대적 상황에 맞는 주제를 잡아내는 것이다. 이른바 예술에서 주목해야 할 종자를 잘 잡는 것이다.”

라마 제작의 방향성을 확인할 수 있다.

〈백학벌의 새봄〉은 군당위원회 부비서로 일하던 김형섭이, 백학리 리당비서로 임명되어 백학리로 내려가면서 시작한다. 백학리는 예전의 활기를 잃고, 문제 많은 농촌을 낙인찍힌 농촌이었다. 전임 리당비서 허평철 역시 백학리협동농장에서 알곡 두 톤을 착복했다는 혐의로 비판을 받고 쫓겨났다.

김형섭은 성격이 불같고, 잔뜩 날을 세우고 비판을 잘해서 ‘면도칼’이라는 별명이 붙었다. 처음에는 농장원들을 다구치면서, 당 사업을 관철하려고 하였다. 하지만 자신의 방법이 잘못되었다는 것을 알고는 농장원들의 신심을 얻기 위해 최선을 다한다. 마침내 농장원들도 형섭에게 마음을 열고, 형섭과 함께 과학농사를 받아들여서, 전국에서 본보기 농촌을 만든다.

하지만 정책을 실천하는 과정은 쉽지 않다. 전국적으로도 뒤떨어진 백학리협동농장을 모범농장으로 바꾸는 과정에서 북한 농촌의 현실을 그대로 보여준다. 당 간부들은 노동당의 정책을 그대로 따르지만 않는다. 간부로서의 권위를 이용하여, 부정부패를 저지른다. 관료들의 본보기 행정의 단면도 드러난다. 계획을 과학적으로 계산하지 않고, 대충 때우는 ‘허풍’도 나온다.

반장과 농장원 사이의 권력과 봐주기, 시장을 통한 불법적인 유통, 만연한 뇌물, 청년들 사이의 농촌 기피, 농촌 학교의 뒤떨어진 학력, 과학영농에 대한 거부, 열악한 보건의료 환경, 농촌의 주택 부족 등이 여과 없이 드러난다. 드라마의 결말은 오합지졸의 농장원들을 단합하여 전국에서도 모범 농장으로 만들어 ‘새 시대 농촌 진흥’에 성공하는 것으로 끝나지만 그 과정에서 넘어야 할 많은 과제가 적지 않다는 것을 확인할 수 있다.

〈백학벌의 새봄〉에서는 열악한 농촌 상황, 당 간부에 대한 농장원들의 뿌리 깊은 불신, 당정책에 대한 농장원의 불신, 당의 지위를 이용한 행정 간부의 구조와 부정부패를 과감하고, 현실적으로 드러낸다. 적당히 드러내고, 봉합하는 수준이 아니라 문제를 현실성 있게 드러낸다. 〈백학벌의 새봄〉은 이런 현실을 있는 그대로 인정하고, 새로운 시대의 농촌 진흥을 이루는 내용이다.

다. 북한 내의 평가

〈백학벌의 새봄〉에 대한 북한 내부의 평가는 매우 긍정적이다. 잡지『금수강산』 2025년 7호에는 ‘농촌진흥의 새봄을 형상한 TV연속극 《백학벌의 새봄》’이라는 제목으로 〈백학벌의 새봄〉에 대한 기사를 게재하였다.

“수십년전에 나온 농촌물주제의 TV연속극 〈석개울의 새봄〉이 최고작으로 되어 있었는데 이 작품도 그에 못지않다. 현대판 〈석개울의 새봄〉이다”고 하면서, “높은 시청률을 기록하고 있다”, “새시대 농촌혁명강령을 앞당겨 실현하기 위해 일하고있는 농민들의 생활을 희극적인 웃음과 감동적인 눈물로 꾸밈없이 펼쳐보인 작품에 대한 사람들의 반영은 대단하다”고 평가하였다.⁸⁾

작품이 인기 있는 이유는 무엇보다 “진실하게 때문”이라고 하였다. 작가와 연출가는 농촌 출신의 창작가이면서도, 깊이 있는 현실체험을 하면서, 농촌의 실제 상황을 절감 있게 묘사하였다는 것이다. 이런 깊이 있는 현실 체험이 진실한 형상을 낳았다고 평가하였다.⁹⁾

2025년 8월 7일자 『로동신문』에는 박혁일의 기사 「어떤 일군이 대중의 인정을 받을수 있는가 : TV연속극 《백학벌의 새봄》의 인상깊은 장면들을 되새기며」라는 기사가 실렸다. 〈백학벌의 새봄〉에서 보이듯이 무엇보다 당 일군들은 진정성이 있어야 대중에게 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 하였다. “당일군이라면 한마디의 말에도 진정을 담고 설득력을 보장하여 자기의 의사를 대중에게 충분히 납득시키며 그들의 공감을 불러일으킬줄 아는 능력이 있어야 한다”며, 당일군의 본보기를 보여준 작품으로 평가하였다.¹⁰⁾

8) 엄향심, 「농촌진흥의 새봄을 형상한 TV연속극 《백학벌의 새봄》」, 『금수강산』 2025년 7호, 40쪽.

9) 엄향심, 「농촌진흥의 새봄을 형상한 TV연속극 《백학벌의 새봄》」, 『금수강산』 2025년 7호, 40쪽.

10) 박혁일, 「어떤 일군이 대중의 인정을 받을수 있는가 : TV연속극 《백학벌의 새봄》의 인상깊은 장면들을 되새기며」, 『로동신문』, 2025. 8. 7.

라. <석개울의 새봄>과의 비교

『금수강산』 2025년 7호의 기사에서 “수십년전에 나온 농촌물 주제의 TV연속극 <석개울의 새봄>이 최고작으로 되어있었는데 이 작품도 그에 못지않다”고 평가한 것에서 확인할 수 있듯이 농촌을 주제로 한 최고로 손꼽히는 작품은 <석개울의 새봄>이다.

<석개울의 새봄>은 천세봉의 소설 <석개울의 새봄>을 기초로 한 23부작 드라마이다. <석개울의 새봄>의 작가 천세봉은 북한 문단을 대표하는 작가이다. 1915년 함경남도 고원군에서 출생하여, 1986년 사망하기까지 작가동맹 중앙위원, 최고인민회의 상설위원 등을 거쳤다.¹¹⁾ <석개울의 새봄>은 1958년 제1부를 시작으로, 1963년까지 『조선문학』에 연재한 소설이다. 북한에서는 “작가의 창작적 개성이 두드러지게 표현된 작품으로서 섬세하고 치밀한 묘사, 다양하고 풍부한 언어표현 등 우수한 형상수법을 보여주는 협동화 시기의 대표적인 장편소설”이라고 평가하였다.¹²⁾

드라마로서 <석개울의 새봄>은 윤광연이 텔레비죤문학을, 김진근이 촬영을 맡아 23부작으로 제작하였다. 텔레비전 드라마였지만 국립연극단과 방송연극단에서 출연하였다. 전쟁에 참여하였다가 석개울로 돌아온 김창혁이 사회주의를 반대하는 세력에 맞서 석개울에서 협동조합을 건설한다는 내용이다.

북한에서 <백학벌의 새봄>을 평가하면서, <석개울의 새봄>을 호명한 것은 무엇보다 농업협동화의 문제를 다루었기 때문이다. 농촌 문제를 시급하고, 최우선하는 문제로 내세웠지만 농촌을 직접 다룬 영화나 드라마는 별로 없었다. <백학벌의 새봄>은 모처럼 만에 나온 농촌 주제 연속극으로 농촌의 생생한 현장을 다루었기 때문이다.

<석개울의 새봄>에서 강조했던 과학 농사는 <백학벌의 새봄>의 주제로 이어졌

11) 전영선, 『북한을 움직이는 문학예술인들』, 도서출판 역락, 2004, 109쪽.

12) 김은정, ‘석개울의 새봄’ 『20세기 북한예술문화사전』

다. 그리고 <석개울의 새봄>에서 도입하려는 ‘랭상모’ 농법은 <백학벌의 새봄>에서 ‘영양량냉상모’로 이어진다. 과학영농, 농촌기계화 문제는 구현되는 양상만 다를 뿐 시대를 초월한 주제라는 것이 확인된다. 시대는 변했지만 여전히 농업은 중요한 문제이고, 과학농사로 알곡을 증산하는 문제는 대를 이어 지켜야 할 문제라는 것을 보여준다.

3. <백학벌의 새봄> 제작 배경

가. 농업에서의 ‘허풍’ 척결

<백학벌의 새봄>의 주제는 알곡(식량) 증산이다. 알곡 증산은 ‘인민경제발전 12개 고지’의 최우선 과제이다. 식량은 북한 체제의 최대 약점이다. 식량이 부족하면 체제 불안정성은 높아지기에 알곡 생산을 늘리기 위해, 국가적인 역량을 모두 투입하고 있다. <백학벌의 새봄>은 알곡 증산을 위해서, 어떻게 해야 하는지를 종합적으로 보여준다.

<백학벌의 새봄>에서 제시하는 농촌진흥을 위한 최우선 과제는 ‘허풍 척결’이다. 백학리로 부임한 리당비서 형섭은 백학리가 주저앉은 문제를 고민하다가 백학리에서 오랫동안 농사를 지어 온 애국농민 구월야 할머니를 찾아갔다.

구월야는 이 모든 문제가 간부들의 허풍 때문이라고 지적하였다. ‘당 간부들이 처음에는 분배를 많이 줄 것처럼 약속하고는 분배가 끝난 다음 날에 이것저것 국가에 바치라’고 하였다. 그렇게 해서 농장원들은 간부의 말을 믿지 않게 되었고, 문제 많은 농장이 되었다는 것이다. 분배를 주겠다고 약속해 놓고는 다시 거두어 가니 농민들이 마음이 나겠는가, 아래로는 농군을 속이고, 위로는 나라를 속이는 이런 ‘허풍’이 있으니, 농군들 마음이 싹 사라지고, 농민들이 대충대충 하게 되었다는 것이다.

형섭은 농장을 살리기 위해서는 먼저 허풍을 없애서 마음을 얻기로 하였다. 농장원들에게는 ‘어떻게 농장의 허풍을 없애겠는가’를 기탄없이 제기해 달라고 부탁

하였다. 그리고 ‘허풍치지 말고, 대중과 약속을 지키자’고 말하면서, ‘분배를 모두 다 주겠다’고 약속하였다.

구월야가 지적한 ‘허풍’ 문제는 2021년에 있었던 제8차 당대회 이후 사회 전반에 걸쳐 가장 강조하는 문제점이다. ‘허풍’은 ‘비사회주의, 반사회주의적인 사업 태도, 사업방식’이라는 의미로 각종 회의에서 배척해야 할 사업방식, 사업 태도로 지목되었다. 2021년 8차 당대회 이후에 열린 노동당 제8기 제2차 전원회의, 제3차 전원회의에서도 ‘허풍’을 없애야 한다고 하였다. 이어서, 2022년 5월 31일 최고인민회의 상임위원회 정령 972호로 경제 수립, 사회 전반의 허풍, 농업에서의 허풍을 처벌하는 조항을 담은 「조선민주주의인민공화국 허풍방지법(이하 허풍방지법)」이 제정되었다. 「허풍방지법」의 사명(목적)은 “전국가적, 전사회적으로 허풍을 치는 현상과의 투쟁을 강하게 벌려 국가의 정책을 정확히 집행하고 인민의 이익을 보호하는데 이바지”하는 것이다.

〈백학벌의 새봄〉에서는 이런 허풍의 현실이 드러난다. 추수를 앞두고 예비 판정에서 높은 분배를 보장받았다. 농사를 잘 지은 것도 있었지만 토지 등급 판정을 낮추어 주었기 때문이었다. 갑수 부장이 백학리 농장의 토지 등급을 낮추어 주었던 것이다. 국가 수매가 적어지고, 분배가 늘었던 것이다. 관리위원자에게서 사실을 알게 된 형섭은 “토지등급을 실지보다 떨구는 것은 허풍이다. ‘허풍을 없애자고 그렇게 했는데”라면서, “솔직하게 보고해야 한다.”면서 분배 결산을 미루었다.

나. 당일꾼의 자기 혁신

〈백학벌의 새봄〉에서는 당 간부들의 혁신을 요구한다. 〈백학벌의 새봄〉에서는 당 간부에 대한 농장원들의 불신이 주목된다. 백학리로 새로 부임하게 된 김형섭은 당에서 요구한 대로 백학리에 신바람을 불어넣을 각오를 단단히 하였다. 하지만 시작부터 난관에 부딪힌다. 농장원들은 당 간부를 믿지 않았다. 농장원들이 리당비서를 신뢰하지 않은 이유는 몇 가지가 있었다.

첫째, 농촌에 뿌리내리지 않을 것이라는 불신이였다. 농촌 현장에서 뿌리내리고

살아가는 자신들과 달리 리당비서는 농촌에 살지 않고, 성과를 내면 곧 떠날 것이라 생각했다. 형섭이 열심히 하는 것도 농장원들의 환심을 사서 좋은 성과를 내기 위한 것이지, 진짜로 농장을 잘 되게 하는 것이 아니라고 생각했다. 농장원들은 쉽게 형섭에게 곁을 주지 않았다.

둘째, 농촌 현실을 모르는 현장에 맞지 않는 지시가 많다는 것이다. 형섭은 처음에는 농장원들이 당의 정책을 따르지 않는다고 생각했다. 하지만 현장의 상황은 달랐다. 아무리 좋은 정책도 정책을 추진해야 하는 현장에 맞게 적용해야 하는데, 현장을 잘 모르고 정책을 집행했다가 낭패를 보기도 하였다. 형섭은 당의 지침에 따라 옥수수를 심던 자리에 밀보리를 심었다. 막상 추수를 하니 소출이 제대로 나지 않았다. 당에서 밀보리를 강조하기에 ‘과학적인 대책도 없이 경지 면적만 늘리면 되는 줄 알았다’면서 자책하였다. 과학농사도 현장의 상황에 맞게 적용해야 한다는 것을 깨우치는 것으로 설정하였다. 형섭은 처음 실패하였던 원인을 분석하고, 과학적인 계산으로 밀보리를 재배하였고, 강냉이보다 많은 소출을 내는데 성공하였다.

셋째, 보신주의, 행정편의주의였다. <백학벌의 새봄>에서는 전형적인 보여주기 행정의 단면이 여러 곳에서 드러난다. 제7부에서는 본격적인 모내기가 시작되고, 군에서는 모내기 점점에 나섰다. 농업부장은 모내기 점점 나온 군당 책임비서가 잘 볼 수 있도록 도로 옆 포전부터 모내기해야 한다고 서둘렀다. 하지만 형섭은 도로 옆 포전부터 모내기 하라는 지시를 거부하였다. “윗사람에게 잘 보이려고, 길옆 포전부터 하는 것은 허풍이다”라는 이유이다. 북한 언론에서도 <백학벌의 새봄>을 평가하면서, 당 일군의 자세를 강조하였다. “말과 행동이 일치되는 당일군의 품모야말로 대중교양, 대중발동의 중요한 인자”가 될 수 있다고 하였다.¹³⁾

13) 박혁일, 「어떤 일군이 대중의 인정을 받을수 있는가 : TV연속극 <백학벌의 새봄>의 인상 깊은 장면들을 되새기며」, 『로동신문』, 2025.8.7.

다. 과학영농

과학영농에 대한 홍보이다. <백학벌의 새봄>에서는 알곡 증산을 위해 과학영농 방법이 구체적으로 제시된다. 하지만 농장원들은 당에서 요구하는 과학 농사에 대한 불신도 컸다. 현장에서는 농사 현장에 대해 잘 모르고, 무조건 과학농사를 강요한다고 생각했다. <백학벌의 새봄>에서는 과학기술보급실을 통해 토지 정보를 비롯하여, 과학영농에 필요한 정보를 활용하고, 농업기계화를 통하여 과학영농을 실천한다.

<백학벌의 새봄>에는 소출을 높일 수 있는 최신 농법인 '령양랭상모' 등의 과학적 영농방법 도입, 농업용수 확보 등으로 하늘에 의존하는 농업에서 과학적 계산이 서는 과학영농으로의 '농업환경 개선', 과학영농을 현실에 맞게 활용하여 땅의 특성에 맞는 최적화된 작물을 재배하자는 적지적작(適地的作), 작물의 성장 시기에 맞추어 농사를 짓자는 적기적작(適期的作), 과학기술보급실을 통한 과학영농 환경 조성, 무인기, 종합탈곡기, 기계화된 탈곡기 등의 농업기계화, 농촌 온실 건설, 옥수수 농사에서 밀보리 재배 등이 나온다.

형섭은 과학연구사 경미의 의견을 전적으로 받아들여 '령양랭상모'를 도입하여 성공하였다. 그리고 시범적으로 실시한 '령양랭상모'가 성과를 거두자 협동농장 전체에 보급하기로 하였다. 경미는 농장에서 전면적으로 '령양랭상모'를 받아들이기 위해서는 온실이 필요하다고 하였다. 경미는 "다용도 온실을 지으면 생육기일을 짧게 할 수 있고, 자재나 농약을 절약할 수 있다."며 농장원들을 설득하였다. 극중에서는 농장원을 설득한 것이지만 실제로는 북한 농민 전체를 향한 메시지를 전달한 것이다.

이 외에도 우유와 유제품을 생산할 수 있는 젖염소를 키우는 문제, 논판메기 양식도 나온다. 농장에서 축산 실태가 부실한 것을 보고는 자기의 오토바이를 팔아서 젖염소를 사서 축산반을 튼실하게 꾸렸다.

농사에 도움도 주면서, 양식도 하는 논판메기를 제안하여, 성공하였다. 농장원

들은 '여러 농장에서 논판메기를 했는데, 한번 해보고는 집어치웠다'면서 부정적인 반응을 보이자 논판메기는 잘 하면 알곡사료를 쓰지 않고, 성공한 사례도 있다고 설득하였다. 즉, 논판에 갓을 씌운 등으로 나방을 유인하여 메기의 사료로 썼다는 구체적인 사례로 설득하였다.

라. 지방발전 비전

〈백학벌의 새봄〉은 농촌 지역의 발전 비전을 제시한다. 지방발전 20×10 정책과 맞물린 농촌 인프라 개선이다. 학력 수준을 높이기 위해서 우수한 교사를 배치하고, 교육환경 개선에 노력한다. 의료환경 문제를 개선하기 위해 표준약국을 건설하고, 농촌 주거 환경 개선을 위한 살림집 건설 얘기도 나온다.

마. 육아정책

육아정책은 김정은 체제에서 선전하는 주요 사업의 하나이다. 어린 아이들에게 우유, 유기농 제품을 공급하여, 건강하게 자라도록 한다는 것을 주요 업적으로 강조한다. 형섭은 리당비서로 부임하면서, 선물로 받은 오토바이를 팔아서 젓염소를 사왔다. 그리고 협동농장에서 젓염소를 키워서 우유를 공급한다. 소목장에서 우유 생산량이 많아지면서, 처리에 대한 고민이 생겼다. 남는 것은 버려야 하는 상황이었다. 청년들은 젓가루 공장을 짓기로 하였다. 형섭은 공장 설비와 함께 살균에 대한 문제도 잘 처리해야 한다고 조언하였다.

바. 청년 정책

제대군인 등 청년들을 농촌 진흥의 주역으로 각성시키고, 불량배로 낙인찍혔던 청년을 각성시켜 새 시대 농촌진흥의 주인공으로 내세웠다.

4. <백학벌의 새봄>을 통해 본 농촌 현실

<백학벌의 새봄>이 관심을 끄는 이유는 현실감이다. 당 간부가 되어서 신심을 다해 당을 충실하게 따르는 인민으로 만든다는 줄거리는 북한 드라마의 전형적인 구조이자 변할 수 없는 구성이다.

하지만 <백학벌의 새봄>은 이전의 작품과 달리 북한 내부의 부조리한 현실을 있는 그대로 드러냈다. 즉, <백학벌의 새봄>은 놀라울 정도로 관료의 부정부패를 비롯하여, 노동당 정책에 대한 농장원의 불신, 관리의 관료주의, 사적 경제망을 활용한 불법적인 거래, 농촌의 열악한 교육환경과 보건 환경, 당 사업 일군과 행정 일군 사이의 갈등, 농업 일군의 만성화된 '허풍'을 구체적으로 보여준다.

가. 간부의 부정부패

<백학벌의 새봄>에서 특히, 주목되는 점은 간부들의 구조화된 부정부패이다. 부정부패의 전형은 군의 농업사업을 총괄하는 농업부장 한갑수이다. 한갑수는 권위주의와 부정부패의 전형이었다. 한갑수는 자신의 신분과 지위를 이용하여 당 사업을 명분으로, 영농물자를 빼돌리고, 양곡을 착취하였다.

갑수 부장은 군의 농업 행정을 담당하는 자리에서 영농물자를 빼돌렸다. 그리고는 먼 친척뻘인 농장원 서명실을 통해 시장에 팔아 이익을 챙기려 하였다.

백학리의 전임 리당비서가 착복한 양곡도 사실 한갑수가 착복한 것이었다. 갑수 부장의 아들 영덕은 이 사실도 모르고, 서명실을 조사하고 검찰에 고소하였다. 서명실은 영덕의 어머니인 갑수 부장 부인에게 도움을 청하였다. 물건은 갑수부장이 빼 돌린 것이었는데, 영덕은 사실을 알지 못했던 것이다.

갑수부장은 당 사업을 핑계로 노골적으로 알곡을 요구하였다. 풍년이 든 농장을 찾아가서 '당 사업에 필요하다'면서, 양곡을 더 바칠 것을 요구하였고, 일부를 착복하였다. 이런 일이 있으면서, 농장에서는 거짓 보고를 하기에 이른다.

토지 판정도 한갑수의 돈벌이 수단이었다. 북한에서는 토지가 좋고 나쁨에 따라서 등급을 매기고, 등급에 따라서 수매량을 다르게 판정한다. 같은 양의 곡식을

생산해도 토지 등급이 낮으면 그만큼 국가에 내야 하는 생산량은 줄어들고, 개인 분배가 많아진다. 한갑수는 이런 토지 판정을 미끼로 양곡을 요구하였다.

나. 농장원의 갈등

〈백학벌의 새봄〉에서는 농장 내부의 갈등 문제도 다루고 있다. 주목할 점은 농장원 사이에서 일어나는 불신이었다. 공동으로 경작하는 협동농장에서는 농장 내의 어떤 땅을 분배할 것인지부터 작업반을 통솔할 작업반장 선출, 농사 일정에 맞춘 작업분배에 이르기까지 사사건건 갈등을 빚는다.

열혈 농사꾼인 차죽순은 농사에 진심인 억척 농사꾼이었다. 하지만 억척스러운 모습은 도리어 농장원들 사이에서 ‘별난 사람’으로 취급받았다. 농사를 짓는 과정에서 열심히 일하지 않은 농장원의 일을 두고 갈등한다. 그렇지 않은 농장원 사이의 갈등이 생겼다.

서명실은 〈백학벌의 새봄〉에서 보여주는 비사회주의 전형이다. 서명실은 차죽순보다 먼저 분조장이 되었다. 분조장이 된 것도 친분있는 경환반장에게 잘 보였기 때문이었다. 분조장으로 모범을 보여야 하는데도 논판을 자주 비우다가 쫓겨났다. 서명실은 농사보다는 장사에 관심이 많았다. 서명실은 한갑수 부장의 부인과 한 통속으로, 농업부장인 한갑수가 착복한 영농물자를 받아, 시장에 팔았다. 그리고 은근히 갑수부장과의 인연을 내세우면서, 농장 일을 게을리하였다. 농장을 비우고 시장에 나가는 것이 문제가 되었다. 서명실은 가방에 담배를 담아 뇌물로 형섭에게 주려다가 도리어 비판대에 오르게 되었다. 결국 분조장에서 쫓겨났고, 차죽순이 분조장이 되었던 것이다.

다. 기층 당 조직 체제

〈백학벌의 새봄〉에서는 노동당의 기층 조직에 대한 문제도 제기되었다. 과학농사를 돕기 위해, 백학리농장으로 내려 온 과학연구소 경미는 백학리의 사업체계가 잘못되었다고 문제를 제기하였다. 과학영농의 한 축이 되어야 할 기사장이 관리위원장 권위의 권위에 눌려서 제대로 역할을 하지 못하였다. 관리위원장은 대놓고, 기사

장을 무시하였다. 기사장은 명목뿐이고, 아무런 일을 할 수 없는 상황이었다. 기층 당 조직 정비는 김정은 체제에서 중요한 정책이다.

라. 열악한 농촌 인프라와 농촌 기피

1) 농촌 기피

농촌 기피 현상이다. 주인공 김형섭은 식량 증산이라는 당의 정책을 받들고자, 백학리에 부임하면서부터 최선을 다한다. 하지만 김형섭이 마주한 농촌은 생각과 달랐다. 농장원들은 리당 비서를 믿지 않는 이유도 떠날 것이라 생각했기 때문이었다. 형섭의 부인 생각도 농장 사람들과 다르지 않았다. 남편이 백학리로 간다는 소식에 처음에는 크게 실망하였다. 하지만 ‘한 2, 3년 있다가 승진하여 올 것’이라는 소문을 듣고 안심하였다. 그만큼 농촌에 살기 싫어하였다.

2) 농촌 교육

농촌을 기피하는 이유는 교육환경, 의료환경이 좋지 않기 때문이다. 특히 교육 문제는 우선 해결해야 할 과제였다. <백학벌의 새봄>에서는 백학리 졸업생들의 성적이 좋지 않다는 것을 보여준다. 백학교급중학교 교장선생님은 ‘지난해에는 12명이 대학 시험을 보아서 3명만 합격했다’면서, 성적이 낮은 이유는 선생님들의 실력 때문이라고 하였다. 특히 실력 있는 자연과학 선생이 절대적으로 부족하다고 하였다.

3) 보건 환경

보건의료 환경도 열악하였다. 의사 출신인 형섭의 부인이 홀로 보건의를 담당하였다. 사정이 이렇다 보니 가짜 약이 거래되기도 하였다. 다리에 증병을 앓아 한쪽 다리를 절단한 도경환 반장을 위해, 병욱이 녹용을 구해왔다. 그런데, 녹용은 염소 뿔에 털을 붙인 가짜였다.

5. <석개울의 새봄>과 드라마 변화

가. 다양해진 영상

<백학벌의 새봄>에서는 최신 촬영 기구를 이용하여, 한층 다양한 비주얼을 연출하였다. 드론을 활용한 항공 촬영, 근접 촬영을 통한 스릴 있는 추격씬, 심야 촬영을 통한 비주얼 연출은 한층 다양해진 볼거리를 제공한다. 또한, <백학벌의 새봄>은 농촌 현장에서 제작하였다. 실제 농촌에서 사는 것 같은 현실감을 주었다.

나. 대중문화의 문법 활용

북한에서 결혼은 여전히 중매결혼이 중심이다. 연애결혼이 늘었다고 하지만 결혼은 성분과 관련한 문제이다. 출신 성분은 본인뿐만 아니라 자녀의 미래와 관련한 문제이기에 현실에는 출신 성분을 비롯한 사회적 지위를 많이 따진다.

<백학벌의 새봄>에서는 남녀의 결혼에서 현실적인 상황이 잘 반영되었다. 군 농업부장의 아들인 영덕과 농업연구사인 전경미는 미래를 약속한 연인이었다. 이런 두 사람의 결혼에 대해 영덕 엄마가 나서서 반대한다. 북한에서 연애는 개인적인 문제이기도 하지만 보다 많은 부분에서 당의 문제이다. 청년 남녀의 사랑은 당 사업을 관철하기 위한 혁명적 동지애로 결합된다. 따라서 남녀의 문제는 해피엔딩으로 끝나는 것이 공식이었다. 하지만 <백학벌의 새봄>에서는 북한 서사에서 공식화된 남녀의 결연이 비극적인 엔딩으로 끝난다. 이러한 결말은 북한 주민에게는 충분히 충격적인 결말로 다가올 것이다.

다. 상대적으로 축소된 정치 선전

북한 서사의 전형적인 틀은 기-승-전에 이어서 최고지도자가 등장하고, 결말을 맺는 것이다. <백학벌의 새봄>은 김정은 시대의 농촌 진흥이 주제이지만 상대적으로 정치적 메시지가 축소되었다. 직접적으로 김정은이 등장하지 않았다. 정치적인 선전이나 업적이 영상으로 보이지만 최고지도자의 모습이 등장하지 않는다는 변

화된 드라마 형식이라 할 수 있다.

대신 국가제일주의를 상징하는 국기, 국장, 국수(國樹)가 노출되었다. 리당 책임 비서의 책상을 비롯하여, 당 조직이 나오는 회의장에는 명패 대신에 아크릴판에 새겨진 국기와 국장패가 놓여 있다. 학생들이 입는 생활복이나 농장원들이 수확 할 때 입는 옷도 국기 패션이다. 방에 걸려 있는 액자에는 국수인 소나무 그림이 있다.

라. 변화된 젠더 의식

〈백학벌의 새봄〉에서는 젠더 인식의 변화도 나타난다. 협동농장의 기사장은 부인이 장마당에 나가고 없자, 딸을 위해 앞치마를 두르고 식사를 준비한다. 통상적으로 아버지를 챙기던 딸과 달리 부인과 딸을 위하는 남성의 모습으로 등장한다.

경환 반장의 딸 도미래는 병욱이 추근거리자, 뺨을 때리는 장면도 나온다. 여성이 뺨을 때리는 장면은 북한 영화나 드라마에서는 보기 어려운 장면이다. 젊은 세대를 중심으로 섬세한 남성이 인기를 끌고 있다는 것을 짐작할 수 있다.

젠더 의식의 변화는 감성적인 대사로도 확인된다. 자신을 밀어내는 경미에 영덕은 “내 가슴에 아픈 칼을 박자고 우리가 인연을 맺은게 아니잖아”라는 대사를 날린다. 개인적인 감정을 그대로 드러내는 대사들이다.

6. 한국드라마와 비교

가. 전원일기

〈전원일기〉는 1980년 10월 21일부터 2002년 12월 29일까지 문화방송이 제작, 방영한 드라마다. 80년대 시골 양촌리를 배경으로 지역 유지 김 회장네 가족과 여러 주변 이웃들이 농민으로서 겪는 일상적 사연들을 사실적으로 다루고 있다. 장구한 방영 기간 〈전원일기〉는 농촌 지역 사회가 안고 있는 근본적 모순부터 시대가 변화함에 따라 제기되는 사회문제까지 골고루 반영했다.

〈전원일기〉와 〈백학벌의 새봄〉은 유사점이 대단히 많다. 농촌을 배경으로 농민들의 일상과 그들이 겪고 있는 시련, 고통을 소재로 삼는다는 점에서 둘 다 농촌 드라마다. 각 시대가 품고 있는 모순을 고발하고 이를 비판적으로 인식하며 등장 인물들이 그러한 문제에 맞서 자기 운명을 개척한다는 점에서 사회극의 특성을 공유한다. 이야기의 주된 중심이 가족이며, 가족 내 갈등과 화해를 중요하게 다룬다는 점에서 가족드라마의 정체성도 지닌다.

양자 간 차이점도 뚜렷하다. 〈전원일기〉는 당대 농민의 삶과 농촌 현실을 사실적으로 묘사한다는 점에서 사실주의 예술의 전통을 계승한다. 그러나 〈백학벌의 새봄〉처럼 시대에 대한 비판적 인식과 성찰의 예술로 승화가 특정한 이상향을 찬미하는 수단으로서 기능하지는 않는다. 〈전원일기〉의 목표는 농촌에서 삶의 애환을 있는 그대로 보여주는 가운데 특히 가족을 매개로 시청자의 정서적 공감을 유도하는 데 있음이 분명하다. 〈전원일기〉가 사실주의와 통속예술의 결합이라면, 〈백학벌의 새봄〉은 사회주의 리얼리즘 작품이다.

나. 미스터 큐

전형적인 성장드라마는 미성년 주인공들의 신체적, 정신적 성장을 다룬다. 〈미스터 큐〉는 1998년 5월 20일부터 같은 해 7월 16일까지 서울방송이 제작, 방영한 드라마다. 주인공 이강토는 이제 갓 회사에 입사한 신입사원으로 특유의 진취성과 친화력으로 좌절감에 빠진 동료들을 각성시키고, 결국 이들 모두 직업적 성공을 달성한다는 줄거리다.

〈미스터 큐〉에 등장하는 주요 인물들은 〈백학벌의 새봄〉에 나오는 인물들과 겹치는 점이 많다. 불굴의 의지로 자신을 성장시키는 것을 넘어 주변 동료들까지 발전시키는 이강토는 〈백학벌의 새봄〉 주인공 형섭과 닮았다. 형섭을 매개로 각기 재능을 꽃피우는 차죽순, 병욱, 허성빈과 같은 인물들도 〈미스터 큐〉의 개발과 직원들이 보여주는 성장의 플롯을 따른다. 두 작품 간 차이점도 명백하다. 〈미스터 큐〉는 IMF 이전 개발도상국 수준의 대한민국을 배경으로 활달하고 재기발랄한

청년 세대와 권위주의적인 기성세대가 상충하던 시대를 묘사하고, <백학벌의 새봄>은 억압적인 독재정권 치하의 농촌이 배경이다. 전자의 등장인물들은 자아실현이 경제적, 직업적 성공으로 귀결되는 가치관을 공유하고, 후자는 사회주의 이상향 건설이라는 국가적 대의에 각인의 자아가 추구할 방향이 묶여있다.

다. 제빵왕 김탁구

권선징악을 주제로 하는 이야기는 많다. 한국방송이 2010년 6월 8일부터 같은 해 9월 16일까지 제작, 방영한 <제빵왕 김탁구>는 전형적인 권선징악 이야기다. 주인공 김탁구의 적대자들은 설 틈 없이 탁구를 괴롭힌다. 탁구를 돕는 조력자들도 수단, 방법을 가리지 않는 적대자들에 의해 괴롭힘을 당한다. 반면 탁구는 권선징악 줄거리의 주인공답게 결점이 없다. 결벽적이라고 해도 좋을 만큼 정도만을 걷는 탁구의 선함이 선명할수록 그 적대자의 악함도 두드러진다.

<백학벌의 새봄>에서 권선징악의 플롯은 형섭과 갑수 사이의 관계를 통해 펼쳐진다. 형섭도 <제빵왕 김탁구>의 탁구처럼 오직 정도만을 추구한다. 그에 반해 수단, 방법 가리지 않고 사익만 추구하는 갑수는 결국 당국의 징벌을 피하지 못한다. 다만 두 드라마가 제시하는 선함의 내용과 성격은 명백히 다르다. <제빵왕 김탁구>의 선함은 의리, 정직, 관용, 인정과 같은 도덕적 올바름과 관련하고, <백학벌의 새봄>이 제시하는 선함은 당과 인민에 대한 헌신 및 충성과 관련한다.

라. 사랑이 뭐길래

통속적인 드라마 속에 등장하는 가부장제 전반에 대한 묘사는 당대의 사실적 비판이거나 풍자 중 하나다. 문화방송이 1991년 11월 23일부터 다음 해 5월 31일까지 제작, 방영한 <사랑이 뭐길래>는 구태의연한 가부장의 전형적이고 폭력적인 행태를 노골적으로 풍자했다. 이 드라마가 방영될 시점은 아직 가부장제와 권위주의 문화가 강력하던 시절이었으나 핵가족이 확산하면서 개인주의와 자유주의적 문화가 태동하고 있었다.

〈백학벌의 새봄〉에서도 가부장제의 흔적이 역력하다. 형섭은 임의대로 진성의 전학을 강행하고, 숙영이 그토록 반대하는데도 병욱을 합숙소에 입소시키며, 진성의 진로까지 자기 뜻대로 결정한다. 하지만 여기서 형섭의 전횡적인 태도는 비판이나 풍자의 대상이라기보다는 대의를 위한 숭고한 희생으로 묘사된다. 이 드라마는 가부장제를 권장하거나 찬미하지는 않는다. 다만 가부장제에 대한 타당한 비판적 관점을 포기하고, 북한 당국이 형상화하고자 하는 모범적인 당 일꾼의 상을 묘사하는 장치로 가부장제라는 낡은 질서를 활용하고 있다.

마. 내 이름은 김삼순

사랑 이야기를 부수적 수준에서라도 다루지 않는 드라마를 찾기란 불가능에 가깝다. 사랑 이야기를 다루는 드라마의 개수도 많고, 방송드라마가 묘사하는 사랑의 양상, 양태도 다양하다. 인물 간 사랑을 가로막는 장애물의 종류 역시 거의 무한에 가까워 보일 정도로 다수 창작된 것처럼 보인다. 그중 〈백학벌의 새봄〉에서 묘사되는 장애는 가족의 방해와 질병이다.

문화방송이 2005년 6월 1일부터 같은 해 7월 21일까지 제작, 방영한 〈내 이름은 김삼순〉에도 이와 정확히 일치하는 장애물이 등장한다. 가시적인 차이점이라면 〈내 이름은 김삼순〉의 희진은 신체적 건강을 회복함과 아울러 진현과의 관계를 성숙한 방식으로 끝맺고 이후 자신을 일관되게 돌보는 헨리 킴과 새로운 인연을 이루지만, 경미는 장렬한 죽음을 맞이한다는 것이다. 여기서 〈백학벌의 새봄〉은 경미의 죽음마저도 당과 인민에 대한 희생적 헌신을 다 바친 일꾼 상으로 그려진다.

7. 분석 결과 시사점

〈백학벌의 새봄〉은 김정은 시대를 배경으로 한 드라마이다. 김정은 체제가 시작된 2012년 이후 몇 편의 영화와 드라마가 제작되었지만 김정은 시기를 배경으로 한 작품은 없었다. 이런 점에서 〈백학벌의 새봄〉은 본격적인 김정은 시대의 드라

마 제작 방향을 읽을 수 있다.

〈백학벌의 새봄〉의 주제는 새시대 농촌 진흥이다. 농업 문제, 농촌 문제는 북한 체제의 가장 큰 문제이다. 경제에서 해결해야 할 열두 고지 중에서도 알곡증산은 최우선 과제이다. 농촌을 혁신해서, 농업에서 알곡 증산의 혁명을 이루자는 주제는 오래된 주제이다. 뻔한 주제이지만 주제를 전달하는 방식은 이전과 확연하게 차이가 난다.

특히, 현실감 있는 설정이 주목된다. 제8차 당대회에서 지적했던 농촌 문제를 여과 없이 드러낸다. 적당한 선에서 반성하고, 화합하였던 구성과 달리 당 간부를 향한 비판을 멈추지 않는다. 극중 몰입도를 높이기 위해서, 대중문화의 문법도 적극 활용하였다.

2019년 이후에 나온 영화와 드라마는 이전의 작품과는 차별된다. 북한 영화, 드라마의 예상되는 주제, 예상되는 구조에서 조금씩 비껴가고 있다. 주제를 일방적으로 강조하던 경직된 연출에서 벗어나 섬세한 연출로 주제를 드러낸다. 현실에서 말하기 어려운 당 간부의 문제, 당 조직의 문제를 들춰내고, 엄벌을 받는다. 북한 주민이라면 시원하게 느꼈을 장면이 다수 등장한다.

〈백학벌의 새봄〉을 계기로 최근 북한의 다양한 과제인 교육, 지방발전 등을 소재로 한 드라마가 나올 수 있을 것이다. 현재까지의 추세를 감안해 보면 새로 방영될 드라마들은 세련된 연출, 화려해진 영상, 멜로와 액션을 복합적으로 구성하는 방식으로 제공될 수 있을 것이다.

제 4 장 북한 방송통신 이용실태 심층면접 조사

제 1 절 조사 목적 및 설계

1. 조사목적 및 내용

방송·통신은 남북 간 소통과 상호이해를 연결하는 매개체로서, 교류협력의 기반으로 적극적으로 이용 가능하다. 방송·통신은 단순한 기술 인프라를 넘어 이용자들의 문화 향유와 사회적 소통을 가능하게 하는 핵심 기반으로, 남북한 주민들의 일상과 사회문화적 삶에 중요한 영향을 미치고 있다.

한편, 북한 내부에서는 여전히 국가가 방송·통신 전반을 통제하고 있으나, 주민들의 실제 생활에서는 통제 밖의 다양한 이용 행태가 확산되고 있는 것으로 조사되었다. 시장 확산과 함께 주민들은 USB, SD카드, 손전화(휴대전화) 등을 활용해 외부 드라마·영화·음악을 시청하는 등 비공식적인 정보 접근과 문화 수용 행위를 점차 늘려오는 것으로 조사되었다. 특히 젊은 세대를 중심으로 외부문화에 대한 호기심과 수용 의지가 높아지고 있는 것으로 조사되었다. 이러한 변화에 대응하기 위해 북한은 2020년 12월 「반동사상문화배격법」을 제정하여 외부의 영상물·도서 유입을 엄격히 단속하고 있다. 그럼에도 불구하고 북한은 외부문화의 확산을 단순히 억압하는 데 그치지 않고, 자체 문화를 강화하고 주민의 문화적 욕구를 충족시키기 위한 새로운 시도를 병행하고 있다. 예를 들어, 2022년 정권 수립일 경축공연과 2025년 당 창건 80주년 기념공연에서는 전통적 형식을 탈피한 무대연출·의상·공연기법의 현대화가 두드러졌다.

‘레고머리’ 스타일에 서구식 바지정장을 입은 가수 정홍란의 등장이나, 어깨가 드러나는 드레스를 입은 연주자의 퍼포먼스는 외부문화의 일부 요소를 절제된 방식으로 수용한 사례로 평가된다. 이는 단순한 체제 선전이 아니라, 외부문화를 체

제 내부로 변용·흡수하여 자국 문화를 ‘풍성하고 현대적으로 재구성하려는 전략적 움직임’으로 해석된다.

이처럼 북한 사회의 문화적 수요와 정보 이용 행태는 빠르게 다변화하고 있으며, 방송·통신은 주민들이 외부 세계를 이해하고 사회적 연결성을 확장하는 내부 동력으로 작용하고 있다. 특히 휴대전화를 통한 영상물 시청, 전화돈 송금 등은 단순한 통신 수단을 넘어, 비공식적 정보교류의 창구로 기능하고 있다.

이러한 변화는 북한 주민의 인식과 생활양식에 점진적 변화를 가져오며, 북한 사회의 정보·문화 환경에 서서히 변화를 촉진하고 있다. 따라서 북한의 방송통신 이용 실태를 실증적으로 파악하는 것은 교류협력 시대의 남북 간 정보격차 해소와 평화·공존의 기반을 구축하기 위한 핵심 연구과제라 할 수 있다.

그러나 북한의 폐쇄적 체제 특성상, 외부에서 직접 주민들의 방송통신 이용 행태를 조사하는 것은 현실적으로 어렵다. 이에 본 연구는 한국에 정착한 이탈주민 10명을 대상으로 심층면접조사(IDI)와 보조 설문조사를 실시하였다. 이를 통해 북한 주민의 방송·통신 이용 경험과 문화적 수용 양상 등을 구체적으로 분석하고 세대별·지역별 이용 특성을 실증적으로 규명함으로써 향후 남북 방송통신 교류협력 추진 및 정책 수립을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 조사설계

가. 조사대상 및 범위

본 조사는 북한 사회의 방송통신 이용 실태를 파악하기 위해 2020년 이후 북한을 떠난 이탈주민을 대상으로 설정하였다. 조사 참여자는 재북시 방송·통신 기기(TV, 라디오, 유선전화, 휴대전화, 노트북, 탁상 컴퓨터, 판형컴퓨터, 노트텔 등)를 실제로 보유하거나 이용한 경험이 있는 대상으로 한정하였다.

조사대상은 총 10명으로, 지역·세대·성별의 균형을 고려하여 선정하였다. 지역별로는 평양 0명, 국경지역(북중 접경지역) 0명, 서해안지역 0명, 동해안지역 0명

으로 구성하였다. 평양은 상대적으로 기기 보급률과 접근성이 높은 지역이고, 국경지역은 외부 정보 유입 경로가 활발한 특성이 있으며, 서해안은 남북접경의 특수성이, 동해안은 해안지역의 특수성이 있다.

세대별로는 20대 0명, 30~40대 0명, 50대 이상 0명으로 분포하였다. Z세대(20대) 청년층은 새로운 기기와 콘텐츠 경험이 활발한 세대이며, M세대(30~40대)는 기기 활용 경험이 축적된 세대이다. 50대 이상은 기성세대로서 다른 세대와의 비교를 가능하게 한다. 성별은 여성 0명, 남성 0명으로, 여성 비중이 높다. 이는 최근 북한에서 직행한 이탈주민의 성별 분포를 반영한 결과이며, 동시에 여성의 일상생활 속 방송통신 이용 경험을 구체적으로 확인할 수 있는 장점이 있다.

다만 조사대상은 서해안 지역과 20대 청년층에 상대적으로 편중되어 있으며, 50대 이상이나 일부 지역 사례는 충분히 확보되지 못했다. 이 때문에 조사결과를 북한 주민 전체의 상황으로 일반화하기에는 다소 한계가 있다. 그럼에도 기존 조사와 비교해 추이를 파악할 수 있고, 실제 생활 경험에 기반한 증언을 통해 북한 방송통신 이용 행태의 구체적 양상을 드러낼 수 있다는 점에서 중요한 기초 자료적 의미를 지닌다.

나. 조사방법 및 조사내용

이번 실태조사는 심층면접조사(In-Depth Interview, IDI)를 기본 방법으로 진행하였다. 탈북민이 경험한 방송통신 이용 행태를 개인의 생활 맥락 속에서 구체적으로 파악하기 위해, 개별 면담 방식을 택하였다. 조사 참여자는 2시간가량 인터뷰를 진행하였으며, 주요 경험·사례 중심으로 자유롭게 서술할 수 있도록 반구조화(semi-structured) 방식의 질문지를 사용하였다.

방송영역에서는 먼저 방송기기의 보유 현황과 이용 방식을 확인하였다. 주민들이 가정 단위에서 TV, 라디오 등을 어느 정도 보유하고 있었는지, 또 이를 어떤 방식으로 활용했는지를 파악하는 데 중점을 두었다. 다음으로 공식 콘텐츠 이용 실태를 조사하였다. 당과 정부가 제공하는 방송, 보도 프로그램, 교육·선전용 콘텐츠가 실제로 주민들에게 어떻게 수용되었는지를 살펴보았다. 아울러 비공식 콘

텐츠 이용 경험도 주요 항목으로 포함하였다. 시장을 통해 유통되는 드라마·영화·음악 등 외부 영상물에 접근한 경험이 있었는지, 어떤 방식으로 이용했는지를 조사하였다. 마지막으로 외부 영상물 시청에 대한 통제와 방송 콘텐츠 이용 이후 인식 변화를 조사하였다. 공식 및 비공식 콘텐츠의 접촉이 주민들의 가치관, 사회적 태도, 세계관에 어떠한 영향을 미쳤는지를 확인하는 데 초점을 두었다.

통신 영역에서는 먼저 통신기기 보유 현황 및 사용 경험을 조사하였다. 유선전화와 휴대전화의 보급 정도, 실제 이용 경험이 어떻게 나타나는지를 파악하였다. 다음으로 통신의 주요 목적을 확인하였다. 가족 간 연락, 생계 및 거래 활동, 사회적 교류 등 일상생활에서 어떤 목적으로 통신을 활용했는지를 조사하였다. 또한 통신 목적 외 활용을 포함하였다. SD카드를 통한 영상물 시청, 전화돈 송금 등 비공식적 통신기기 활용 사례도 조사범위에 포함하였다. 마지막으로 통신 통제 구조와 주민 대응 방식을 조사하였다. 당국의 단속·요금 정책 등 통제 장치가 어떻게 작동했는지, 이에 대해 주민들이 어떤 방식으로 대응했는지를 확인하는 것도 조사범위에 포함하였다.

또한 조사 진행 과정에서는 지역·세대별 차이가 충분히 파악할 수 있도록 노력하였다.

〈표 4-1〉 심층 면접조사 내용

구 분	내 용
방송이용 전반	1) 방송기기 보유 및 이용 행태 2) 공식 콘텐츠 이용 행태 - 북한 TV송출 콘텐츠 시청 - 저장매체(USB, SD카드 등)를 활용한 공식 콘텐츠 이용(TV, 노트북, 노트북) - 만방TV를 활용한 공식 콘텐츠 시청 3) 비공식 콘텐츠 이용 실태 - 외국 콘텐츠 이용 - 한국 콘텐츠 이용(빈도, 콘텐츠 종류 등) 4) 외국(한국포함) 콘텐츠 시청 이후 인식 변화

구 분	내 용
통신이용 전반	1) 통신기기 보유현황 및 사용경험 2) 손전화기 이용 용도 3) 통신 목적 외 활용 - 저장매체를 통한 공식 영상물 시청 - 저장매체를 통한 외국영상물 시청 4) 통신 통제와 주민의 대응 방식
기타	1) 「반동사상문화배격법」 제정이 공식콘텐츠에 미친 영향 2) 남북방송 공동제작시 고려되면 좋을 사항

다음으로 심층면접조사의 한계를 보완하기 위해 보조 설문조사를 병행하였다. 설문은 면접 참여자가 실제 사용한 방송·통신 기기의 종류, 이용 빈도, 주요 콘텐츠 유형, 통제 경험 등을 항목별로 응답하도록 구성하여, 면접에서 드러난 내용을 수치적으로 보완하도록 하였다.

〈표 4-2〉 설문조사 내용

구 분	내 용
PART 1. 방송서비스 이용실태 조사 : 텔레비전(TV)	- 하루 평균 시청시간 및 시간대 - 동반 시청자 - 시청목적 - 주요 시청 프로그램 유형, 시청 만족도 - 월평균 이용료 - 시청채널, 시청채널 만족도 - 외국 프로그램 시청 경험 - 남한프로그램 시청경험
PART 2. 전화서비스 이용실태 조사 : 유선전화	- 주요 용도 - 하루 평균 이용 시간 - 월 평균 이용료
PART 2. 전화서비스 이용실태 조사 : 손전화기/지능형손전화기	- 손전화기 가입 통신사 - 손전화기 구입(획득) 경로 - 하루 평균 이용 시간 - 주요 용도 - 주요 발신 지역 - 월 평균 이용료

구 분	내 용
PART 3. 컴퓨터 이용실태 조사 : 탁상 컴퓨터, 판형 컴퓨터, 노트북	<ul style="list-style-type: none"> - 컴퓨터 주 사용 장소 - 컴퓨터 구입(획득) 경로 - 하루 평균 이용 시간 - 주요 용도 - 월 평균 이용료
PART 4.노트텔 이용실태 조사 : 노트텔(CD/DVD 플레이어)	<ul style="list-style-type: none"> - 보유한 노트텔 제조국 - 노트텔 구입(획득) 경로 - 하루 평균 이용 시간 - 주요 용도 - 월 평균 이용료
PART 5. 만방TV 이용실태 조사 : 망TV다매체열람기(만방TV)	<ul style="list-style-type: none"> - 만방TV 구입(획득) 경로 - 하루 평균 이용 시간 - 주요 용도 - 월 평균 이용료
PART 6.방송통신 기기 및 서비스에 대한 인식	<ul style="list-style-type: none"> - 뉴스/정보 습득 시 유용했던 기기 - 오락/휴식 시 가장 도움이 된 기기 - 타인과 소통, 사회적 관계 유지시 가장 유용했던 기기 - 가장 이용하기 편리했던 기기 - 가장 비용이 많이 소요되는 기기 - 가장 만족했던 기기

제 2 절 방송기기 보유 및 이용 행태

1. 텔레비존(TV) 이용 행태

가. 텔레비존 이용 경험

1) TV, 북한 거주 시 가장 많이 이용했던 방송기기

응답자들이 북한 거주 시 가장 많이 이용했던 방송기기는 TV로 조사되었다. 응답자 100%가 TV를 보유하고 있고, 이용했다고 응답했다. 조사 결과 북한 거의 대부분 가정이 TV를 보유하고 있는 것으로 파악되었다.

북한에서는 잦은 정전으로 인하여 TV를 시청 환경이 열악하다. 이에 응답자들은 전기공급이 불안정한 북한에서 TV 이용 필수품으로 배터리와 태양광 패널을 꼽았다. 가정에서 자동차용 배터리와 태양광 패널을 이용하여 TV 방송을 보는데, 양강도 후창군의 경우 30%에 달하는 가정이 태양광 충전 장치를 활용해 TV를 작동시키는 것으로 나타났다. 이어 평양에서도 전기가 들어오는 시간에 배터리를 충전해 TV를 시청했다. 또한 가끔 공급하는 전기의 전압마저 약해 전압을 강제적으로 올리기 위한 변압기를 설치해 TV를 시청하고 있는 것으로 나타났다.

면접자 oo(서해안)

“(태양)광판 그런 거 집들마다 다 있어 가지고 그걸로 이제 충전을 해서 그 배터리에다가 이제 충전을 해서 다 (TV)보거든요 ... 저희는 배터리가 차에서 쓰는 그 큰 배터리 있잖아요”

면접자 oo(서해안)

“빛판(태양광 패널)이라고 ... 50와트짜리 사다 놓는 사람이면 괜찮은 사람이야. 하고 그저 20와트 30와트 이런 것, 저 자그마한 것 사다가 TV만 보지.”

면접자 oo(국경지역)

“(oo지역에서 태양광 설치한 집은)10집 중에 한 그래도 세 집은 (설치했다).”

면접자 oo(평양)

“(평양에서)불이 오면은 (배터리에)충전시켜놨다가 불이 가면 그걸로 (TV)보고.”

면접자 oo(국경지역)

“(하루에 전기가)5시간 오나, 그런데 이게 전기 와도 전기가 너무 어두우니까 서로 변압기 하죠 ... 태양열로 해서 그냥 TV를 보든지.”

2) 숫자식 TV 수신안테나

가) 숫자식 TV 수신안테나 구입 경로 및 구입 비용

평양시의 대부분 다층 살림집들에는 TV 안테나가 없는 것으로 조사되었다. 2000년대 중반부터 평양시에 TV 유선(케이블) 교체 작업이 시작되어, 평양과 인근 지역 대부분에 유선 TV가 보급되었다. 하지만 TV 유선 방식이 도입되지 않은 많은 지방의 경우 TV 전파 송출 문제로 시청이 어렵다.

면접자 oo(서해안)

“수동으로 된 (TV)안테나를 걸고 하는데 이게 ... 잘 안 잡혀서 방송이 나오더라도 선명하게 안 나오고 말소리도 정확히 안 들리고 할 때가 많아요.”

이에 지방에서는 불리한 지형조건, 일기 조건에서도 충분한 수신세기를 보장한다는 숫자식 TV 수신안테나를 이용하고 있다. 숫자식 TV 수신안테나는 장마당에서 또는 전자상점에서 구입할 수 있고, 구입비용은 2018년도 기준 40만 원(50달러 정도) 정도로 조사되었다. 안테나 설치하는 주민 스스로 가능하며, 별도 월 이용료를 지불하지 않는 것으로 조사되었다.

면접자 oo(서해안)

“숫자식TV 수신안테나를 북한 돈)40만 원(에 샀어요). 18년도쯤에 샀으니까.”

면접자 oo(동해안)

“숫자식 그거(숫자식 TV 신호변환기)는 (한국돈으로)15만 원인데 ... 숫자식 TV 일반 안테나(숫자식 TV 수신안테나)는 ... 그건 좀 싸요.”

나) 숫자식 TV 수신안테나 설치 실태

숫자식 TV 수신안테나 설치는 경제적 상황에 따라 차이가 있다. 대도시의 재정적 여유가 있는 가구들에서는 설치하는 편이지만 재정적 여유가 부족한 시골 등 지방의 가구들에서는 많이 설치하지 않은 것으로 파악되었다. 어렵게 돈을 들여 숫자식 TV 수신안테나를 설치해도 TV에 불만만 게 없다는 게 그 이유이다.

면접자 oo(동해안)

“oo(대도시) 가니까 그냥 ... 숫자식 TV 일반 안테나(숫자식 TV 수신안테나) 설치해서 ... oo(대도시)은 많이 보는데.”

면접자 oo(서해안)

“숫자식TV 수신안테나를 설치한 가구는 많지는 않아요. 그게 또 돈 주고 살려면 또 돈이 또 있어야 되니까 그거를 설치해서 보는 사람들도 많지는 않은데 ... 숫자식이라고 그런 게 ... 개(숫자식 TV 수신안테나)는 개를 이렇게 세우면 개가 이제 안테나 이런 게 연결되면서...숫자식 그것만 있으면 (화면이)나오긴 잘 나오고, 사람들이 콘텐츠가 마음에 안 들어서 안 봐서 그렇지 ... 저는 제가 살던 중에 북한 TV를 우선 보는 사람을 저는 본 적이 없어요.”

3) 요즘은 액정TV가 대세

액정TV는 오늘날 북한 대다수 가정이 보유하고 있는 통신 대중 매체로 자리매김하고 있다. 액정TV 보급이 확산되어 oo도 oo의 경우 80%에 달하는 가구들이

액정TV를 보유하고 있는 것으로 나타났다.

면접자 oo(서해안)

“TV는 거의 다 있어요 정말 힘든 사람의 빼놓고는 다 액정TV, 예 처음엔 관식(TV) 봤다가 ... 그 다음에 100% 다 액정으로 다 교체됐다고 옛날 TV는 다 없어지고.”

면접자 oo(동해안)

“(oo지역의 가구 중)한 80%는 (액정TV를)가지고 있었어.”

전기공급이 원활하지 않은 북한에서 12볼트(이하 12V)로 볼 수 있는 액정TV는 태양광 패널로 시청 가능하고 USB도 재생할 수 있어 외부영상물을 단속을 피해 보기 쉽다. 게다가 화면은 노트북보다 커 대다수 가정이 액정TV를 이용하고 있다.

면접자 oo(동해안)

“불이 안 오니까 그게(액정TV) 조금 유용했었는데 ... 이제 액정TV가 나오면서 이제 12V로 연결하게 되어 있어 가지고 저희가 배터리를 ... 사용할 수 있게 됐었거든요. 그래서 그게 좀 더 화면도 크고, 그리고 사용하는 데 있어서 좀 더 편리했던 것 같아요.”

면접자 oo(서해안)

“옛날에는 이제 TV도 막 그런 이런 걸로(관식 TV로) 봐가지고 화질이 좀 안 좋고 좀 이랬었잖아요. 근데 지금은 다 액정으로 보이기 때문에 ... 막 색 진하게 이렇게 나오고 ... TV를 액정으로 바꾸면서 이렇게 보면은 진짜 막 화면이 깨끗하고.”

면접자 oo(국경지역)

“(노트텔)보다가 그다음에 작으니까 안타까우니까(액정TV 샀다) ... 전기가 잘 안 오니까 다 액정TV를 사 가지고 태양열을 사가지고 다 보는 거지.”

나. TV 구입 경로 및 구입 비용

응답자들이 북한에 있을 때 보유하고 있었던 TV는 대부분 중국산으로 파악되었다. 조사 결과 보유하고 있었던 TV 중 75%는 중국산, 25%가 국산(북한산)이었다.

응답자들이 이용한 액정TV도 대부분 중국산으로 크기는 15~84인치로 다양했다. 가장 인기 있는 사이즈는 19인치이다. 19인치 액정TV는 정전이 잦은 북한에서 태양광 패널을 이용해 볼 수 있는 가장 가성비 좋은 TV로 알려져 있다.

면접자 oo(서해안)

“15인치 17인치 19인치 다 보는데 이걸 사이즈가 작으니까 아무래도 화면이 작으니까 좀 안타깝잖아요. 근데 19인치만 해도 배터리로 볼 수 있는 용량 중에서는 제일 큰 사이즈죠.”

북한에서 TV 구입 가능한 인터넷 쇼핑몰은 운영되지 않는 것으로 파악되었고, 이에 다수는 시장이나 전자상점(전자제품 전용 상점)에서 TV를 구입하였다. 외화상점에서 구입한 경우도 있었다.

〈표 4-3〉 TV 구입 경로(복수응답)

구분	응답자수	비율(%)
시장	4	30.70
백화점	0	0.0
전자상점	5	38.46
선물	1	7.69
외화상점	2	15.38
기타	1	7.69
합계	13	100.00

n=10

심지어 84인치 중국산 TV도 시장에서 특별 주문으로 구입 가능하다.

면접자 oo(서해안)

“북한에 인터넷 쇼핑물 ... 그거를 아직 도입 불가해요. 아직까지도 도입을 못 했어요. ... 온라인은 안 됐고 다 오프라인으로 해요.”

면접자 oo(서해안)

“액정(TV 구입)은 ... 그 해주에 가면 외화상점이라는 게 있거든요 ... 19인치 ... 중국산(액정TV)”

면접자 oo(동해안)

“(액정TV는)상점에, 전자기기 상점이라고 이제 전자품만 파는 데가 있어요. 그래서 그쪽에서 샀고요.”

19인치 액정TV는 시장이나 전자기기상점에서 새 제품의 경우 50~60달러 정도, 중고는 20~30달러로 구입하였다. 액정TV는 2015년 기준 (북한돈)42만원(50달러 정도)에 구입 가능하다.

면접자 oo(동해안)

“(액정TV 구입을)15년도 전후로 42만 원이었나 ... 달러가 한 80이니까 50달러.”

다. TV 이용용도

북한의 중국 국경 인접 지역에서는 중국 TV 방송을 직접 수신할 수 있다. 남북 접경지역 주민들은 TV 리모컨 채널 탐색이나 주파수 조정을 통해 한국 영상을 시청가능한 경우가 있다. 이는 국가에 등록되지 않은 중국제 12인치 소형 TV가 북한 가정에서 널리 보급되면서, 주민들이 집에서 한국 방송사의 전파를 수신가능한 경우가 있기 때문이다. 이에 북한당국은 TV 구입 후 정보기술교류소나 체신소에 등록하도록 통제하고 있다. 등록된 TV로는 채널을 돌려도 한국 채널이 잡히지 않는다. 북한에서 액정TV는 외부콘텐츠를 저장한 USB를 꽂아 영상을 보기 위한 최고의 기기로 이용된다.

면접자 oo(서해안)

“그것(액정TV)으로 USB로 해서 영화를 보는 거죠 ... 액정 티비예요. 다 이제 옛날처럼 무슨 이렇게 뒤에 뭐 이렇게 관식, 그런 거 없어요.”

면접자 oo(동해안)

“(실시간 한국TV는)날이 흐리고 막 그럴 때는 막 화면이 별로 안 잡혀서 짜증 나고, 그래서 (액정TV에 USB를 꽂아서)드라마 보는 게 좀 더 좋았었어요.”

최근에는 USB뿐만 아니라 북한 주민들이 일명 ‘쥬카드’, ‘티카드’라고 부르는 SD카드나 마이크로SD카드에 한국 영화나 드라마를 담아 액정TV에 꽂아서 본다. 마이크로SD카드는 USB보다 더 작아 단속을 피하는데 최고로 알려져 있다.

면접자 oo(국경지역)

“카드도 지 카드라고 또 더 작은 거 좀 끼우게 이렇게 카드를 띄게 또 이렇게 된 게 있어요.”

면접자 oo(평양)

“(액정)TV도 사실 국가 채널 보다도 주말에는 그냥 메모리(USB) 끼어넣고 외국 영화들(본다) ... 마이크로SD카드(잘 쓴다) ... 티카 티카드 티 카드 그런단 말이죠 ... 그 마이크로SD가 최고죠. 안 보이는 곳에 부착하고 다니다가 ... TV에서도 바로 볼 수 있습니다.”

라. 숫자식 TV 신호변환기

1) 숫자식 TV 신호변환기 기능

북한은 평양을 제외한 지방에서는 방송 송출 인프라 한계 등으로 인해 조선중앙TV만 시청 가능하다. 게다가 조선중앙TV도 방송 신호가 제대로 닿지 않는 지역도 다수 존재하기 때문에 원활한 전국 시청은 어려운 상황이다. TV 자체의 수신 기능만으로는 수신 감도가 떨어져 조선중앙TV 시청도 불가능하다는 것이다.

면접자 oo(동해안)

“평양에서는 만수대나 룡남산 이런 건 그냥 거의 다 그냥 잘 잡히거든요 ...
(그러나 oo에서는)조선중앙 TV만 하나밖에 안 나왔었는데”

이러한 이유로 하여 최근에는 경제적으로 여유가 되는 가정들에서 숫자식 TV 신호변환기를 이용하는 것으로 파악되었다. 현재 북한은 숫자식 TV 신호변환기라 불리는 디지털 수신기의 보급으로 지방까지 지상파 채널인 조선중앙TV, 만수대 TV, 체육 TV, 룡남산 TV 등의 수신이 가능한 상황이다.

면접자 oo(동해안)

“만수대 TV, 룡남산TV 등)파장이 안 잡혔는데 숫자식이라고 새로 나왔어요 ... 지방을 위한 숫자식 이제 이런 작은 그런 게 나왔는데 ... 그냥 그걸 사서 그냥 이렇게 꼽고 연결을 하면 안테나식이거든요 ... 그걸 연결하니깐 평양시처럼 나오는 거예요 ... 만수대, 룡남산, 체육 프로그램, 스포츠 그것도 나오고”

면접자 oo(서해안)

“이 셋톱박스(숫자식 TV 신호변환기)로 모든 채널도 볼 수 있고”

숫자식 TV 신호변환기로는 실시간 TV 방송을 내장 하드디스크에 녹화할 수 있고, 외부 USB도 연결할 수 있다. 다만 리모컨으로 영화, 상식영상물 등 다양한 편집물에 대한 검색, 다시보기 등 양방향서비스가 불가능한 것으로 파악되었다. 숫자식 TV 신호변환기의 등장은 TV 방송의 디지털화, 자체 영상물의 다양화를 이루어 외부 문화에 대한 주민들의 관심을 차단하기 위한 북한 당국의 의지를 보여준다.

면접자 oo(동해안)

“조선중앙TV에 녹화하면 그걸로(숫자식 TV 신호변환기로) 녹화까지, 네 그거 USB에다가 이제 복사해서 잡을 수도 있어서요 ... 그거는(영화, 상식, 노래 등 다양한 영상물들을 검색 및 시청은)안 되고 실시간 방영하는 것만 ... 복사할 수 있고, 그걸 검색해서 뭔가 이제 그런 건 없습니다.”

면접자 oo(평양)

“숫자식 TV 신호변환기로)녹화를 하죠. 방영하는 걸 녹화하죠. 녹화 기능이 있습니다.”

2) 숫자식 TV 신호변환기 구입 경로 및 구입 비용

숫자식 TV 신호변환기는 개인이나 체신소, 전자상점 등에서 2018년 기준 한국 돈 20~30만 원 정도로 구매했고 그 설치하는 체신소 직원이 했으며, 기기에 대한 만족도는 괜찮은 편이었다. 명칭은 국산이지만, 부속은 모두 중국산이고, 이 기기 월 시청료 지불 여부에 대해서는 응답자들의 서로 다른 증언으로 나타나 추후 조사가 필요하다. 다만 이 기기의 월 시청료 지불 여부가 서로 다르게 증언된 것으로 보아 만일 시청료가 있다고 해도 소비구조에서 굉장히 낮은 비율을 차지할 정도로 저렴한 것으로 추측된다.

면접자 oo(동해안)

“숫자식(숫자식 TV 신호변환기)은 (구입비용이)한 (한국돈)20만 정도 해서 ... 개인이 파는 것도 많았고 ... 국가 상점(에서도 팔고) ... 이거(숫자식 TV 신호 변환기) 북한에서 새로 개발한 거라는 얘기는 들었지만 ... 거의 다 중국에서 이제 자재를 사다가 북한에서 이렇게 만들었을 가능성이 큰 것 같아요.”

면접자 oo(동해안)

“그게(숫자식 TV 신호변환기가) 한 30 몇 만 원 해가지고 ... 한 18년도쯤 됐나 그때부터 돌기 시작했어요 ... 고성은 그게 산이 막았대요. 그게 그래서 잘 안 잡혀가지고.”

3) 숫자식 TV 신호변환기 등록

북한은 주민들이 한국 TV 채널 등을 시청할 수 없게 하기 위하여 숫자식 TV 신호변환기 구입 후 체신소에 등록하도록 통제하고 있다.

면접자 oo(서해안)

“그 셋톱박스(숫자식 TV 신호변환기)를 ... 사면은 제일 처음에 등록을 시키거든요. 등록을 안 하면 ... 고정하면 안 넘어가요. 채널을 넘기면 채널 자체가 그냥 북한 거 제한돼 있는 거밖에 없어요.”

4) 숫자식 TV 신호변환기: 북한TV만 보는 집으로 인정하는 경향

북한에서는 숫자식 TV 신호변환기를 설치한 가구는 암묵적으로 북한TV만 보는 집으로 인정하는 경향이 있는 것으로 조사되었다. 왜냐하면 등록된 숫자식 TV 신호변환기는 이미 정부 승인 채널만 수신되도록, 즉 다른 채널의 수신이 원천적으로 불가능하도록 설정되어 있다. 이에 숫자식 TV 신호변환기를 설치한 가구는 한국 TV를 보지 않는다고 판단하는 경향이 있다. 그래서 북한 당국도 이를 염두에 두고 숫자식 TV 신호변환기를 설치한 가정에 대한 단속은 적게 하는 편이다.

5) 숫자식 TV 신호변환기 설치 실태

인터뷰 응답자에 따르면, 숫자식 TV 신호변환기 설치 비율은 도시 기준 30~50%에 달한다.

면접자 oo(동해안)

“(oo에서 숫자식 TV 신호변환기를 설치한 가구는) 50%는 되지 않았을까요? 좀 많아, 많이 그거를 봤던 것 같아요. 집집마다 그거 보면 안테나 설치하는 게 딱 보면 저 집 숫자식 보네 하고 티가 나요. 숫자식 안테나가 좀 특이했어요 ... 하니까 아 저 집 뭘 숫자씩 보는구나, 안 보는구나 그렇게 알 수 있어서...”

면접자 oo(서해안)

“이 셋톱박스(숫자식 TV 신호변환기), 서너 명 3명 정도 두세 명 정도 10명 중 3명 정도 될 것 같아요. 30% 정도 만이 셋톱박스를 설치하고 산다.”

숫자식 TV 신호변환기 설치가 저조한 이유는 첫째로, 기기 비용이 고가인 것으

로 보인다. 둘째로, 북한 TV 콘텐츠에 대한 주민들의 관심이 적기 때문이다. 만수대 TV 콘텐츠 등도 조선중앙TV와 별 다르게 없다는 인식이 강하다.

면접자 oo(서해안)

“아무래도 돈이 비싸니까요. 네 그 물건(숫자식 TV 신호변환기)이 한 15만원 했어요. 한국 돈으로”

면접자 oo(동해안)

“근데 그게(숫자식 TV 신호변환기) 비싸요. 한 30 몇 만 원 해가지고.”

면접자 oo(서해안)

“난 그런 거(숫자식 TV 신호변환기) 안 해봤어 ... 숫자식으로 이렇게 돌리면은 만수대 보고프면 만수대 것 보고 그렇게 하는 거거든 ... 만수대고 봐야 봐야 그게 다 그거야요. 뭐 그게 사상이 다른 거나 그게 그 사상이지.”

2. 만방 망TV다매체 열람기 이용 형태

가. 만방 망TV다매체 열람기 기능

북한의 만방 망TV다매체 열람기는 조선중앙TV나 룡남산TV, 만수대TV, 체육TV 등의 방송을 실시간 시청할 수 있을 뿐 아니라 이미 방영된 편집물도 다시 볼 수 있다. 기록영화, 노동신문, 만화영화, 공연, 영화, 교육 콘텐츠(교과서, 강의, 외국어 등) 등을 스트리밍 형식으로 제공하는 국가 승인 정보통신기기이다. 우리의 인터넷TV 셋톱박스과 유사한 모양을 띠고 있는 이 기기는 북한 국가망과 연결하고 또 TV를 연결하는 방식으로 설치해 이용할 수 있다.

면접자 oo(평양)

“그걸로(만방 망TV다매체 열람기로) 조절해서 채널 선택해서 하는 그런, 이게 한국에서 쓰는 셋탑 박스하고 거의 같죠. ... 그놈을(만방 망TV다매체 열

람기를) 저희는 해외에서 썼으니까 인터넷에 연결하고 그리고 거기서 나오는 비디오 출력 파트를 TV에 연결해서 그다음에 그 만방 다매체 전환기에 또 리모컨이 따로 따라 나온단 말이죠. 2017년도부터인가 저희가 썼던 것 같습니다.”

면접자 oo(동해안)

“만방은 노래도 검색할 수 있고 이제 뭐 다 검색해서 뭔가 그 상식도 볼 수 있고 뭐 그렇게 되어 있는 거예요 ... 막대기에서 이렇게 검색에서 거의 넷플릭스 같은 약간 어 넷플릭스처럼 약간 검색 검색해서 조금 들어가서 영화도 볼 수 있다고 ... 실시간 TV도 보고 ... 만방은 (숫자식TV 신호변환기 대비) 좀 더 이제 뭔가 할 수 있는 게 많고”

해외에서도 만방 망TV다매체 열람기를 통해 조선중앙TV에서 방영된 녹화물, 영화, 만화, 체육, 상식 등 다양한 편집물을 검색해 볼 수 있다. 다만 해외에서는 북한 TV 채널 중 조선중앙TV 채널만 실시간 시청가능한 것으로 조사되었다. 만방 망TV다매체 열람기가 과연 해외용과 국내용으로 차별되어 있는지 등 만방 망TV다매체 열람기에 대한 조사는 적절한 표본을 구하는 어려움 때문에 정확한 결과를 얻을 수 없었지만 이번 시도를 바탕으로 향후 더 조사가 필요하다.

면접자 oo(평양)

“여기(해외에서 이용했던 만방 망TV다매체 열람기) 나오는 콘텐츠는 북한 영화, 만화, 체육, 상식 이런 것들 ... (조선중앙TV 외 다른)채널이 없었습니다. 저희가 받은 거에는 그냥 조선중앙TV 녹화본이 올라와 있고 실시간으로 됩니다.”

나. 만방 망TV다매체 열람기 이용 경험

만방 망TV다매체 열람기는 북한 가정들에서 많이 이용되지는 않는 것으로 파악되었다. 만방 망TV다매체 열람기 이용자는 응답자 10명 중 1명에 불과했다. 만방 망TV다매체 열람기 이용이 저조한 이유는 우선, 이 기기를 국가망과 연결하는 등

관련 절차와 설비를 갖추어야 하는데, 북한에서 국가망에 가입한 일반 가정집들이 많지 않은 것과 관련된 것으로 보인다. 응답자에 따르면 개인 가정집에서 국가망 가입 승인받기는 어렵다. 인트라넷 설치는 고위급 주택 등으로 제한된 것으로 나타났다. 이는 북한의 방송 통신 이용에서 계층 간 격차가 생길 수 있다는 것을 의미한다.

면접자 00(평양)

“아주 최근에는 근데 제가 나올 때까지는 정확히 가정집 인트라넷(신청 승인)이 쉽지 않아. 나도 ... (인트라넷 신청)개인 명의로 집에다가 신청했던 말이죠. 근데 잘 승인이 안 떨어진다고. 저기도 가입 신청서 예 뭐 그런 거 하는데 엄청 시간도 오래 걸리고. 근데 재미난 게 내가 어떤 간부집 이거 컴퓨터도 봐주곤 했는데 그 간부집은 저기에 국가망에 가입돼 있더라고요. 그래서 왜 가입했냐 했더니 애가 게임을 하겠다고 해가지고 자기 친구들이랑 같이 국가망에 가입해서 온라인으로 게임을 한다는 거란 말이야.”

북한에서 만방 망TV다매체 열람기 이용이 저조한 이유는 다음으로, 기기 구입 비용이 비쌀 뿐 아니라 이를 통해 북한당국이 제공하는 영상물만 청취할 수 있어 외부영상물을 보고자 하는 북한 주민들에게는 인기가 없었던 것으로 보인다.

면접자 00(동해안)

“(만방 망TV다매체 열람기를 설치한 가구가)그렇게 많진 않았어요. 굳이 그런 걸 안 봐도 된다는 사람들이 많았고, 그거는 봤을 때 저희는 이제 드라마 중국 영화라든지 한국 영화라든지 드라마 이런 걸 되게 좋아했어 가지고 거기에서 그런 거 안 나오잖아요. 그러니까 굳이 뭐 그거 해서 뭐 하나 조선중앙TV도 별로 잘 안 보는데 사람들이 그러니까 설치를 거의 안 하고 돈도 없고”

특히 평양에서 만방 망TV다매체 열람기 이용이 저조한 이유는 만방 망TV다매체 열람기 없이도 만수대 TV 등 여러 채널을 다 시청할 수 있기 때문이다. 이에 평양에 만방 망TV다매체 열람기는 VOD 용도로 이용하는 편이었다.

면접자 oo(평양)

“저희는 (평양에서)그 만방 없이도 그냥 스포츠까지 다 나왔어요.”

면접자 oo(동해안)

“(평양에 있는 큰어머니 집에 갔는데 큰어머니가 만방 망TV다매체 열람기로) 이 노래도 들을래 하고 이제 검색해서 주시고 막 뭐 볼래 막 이렇게 하시더라고요.”

북한에서 만방 망TV다매체 열람기는 국내보다는 해외에서 해외 주재원들이나 출장원들이 많이 이용하는 것으로 파악되었다. 해외에서 만방 망TV다매체 열람기는 해외주재원들이나 무역일꾼들, 출장원들이 정치학습을 위해 의무적으로 이용해야 할 기기인 것으로 조사되었다. 이들은 토요일마다 생활총화나 사상학습을 위해 대사관 또는 일정한 장소로 모이는데 해당 장소에 만방 망TV다매체 열람기를 설치하고 북한 방송을 청취한다.

면접자 oo(평양)

“그거(만방 망TV다매체 열람기)는 해외에서는 써봤는데 국내에서는 못 써봤 습니다. ... (해외에서)토요일마다 학습 내용이 뭐냐 하면 몇 시에 조선중앙 TV로 기록 영화 방영하니까 그거 시청하시오 이렇게 나오는 경우가 있단 말 이죠. 그러면 그때는 못해도 (만방 망TV다매체 열람기)로 그 녹화본은 봐야 되니까...”

다. 만방 망TV다매체 열람기 구입 경로 및 이용요금

만방 망TV다매체 열람기는 기계를 수입해서 업그레이드 하는지는 정확히 알 수 없으나 만방 망TV다매체 열람기 최종 제품은 북한산으로 조사되었다. 만방 망TV 다매체 열람기는 북한 내에서는 전자상점, 정보기술교류소 등에서, 해외에서는 주 재국 북한 대사관, 영사관 등에서 구입할 수 있다. 구입비용이 비싸 일반 주민들 에게 부담스러웠던 것으로 나타났다. 해외에서 만방 망TV다매체 열람기 구매가격

은 파악하지 못했지만 해외에서 이 기기 이용요금은 1년에 600위안(중국돈), 월에 50위안 정도로 조사되었다.

면접자 oo(평양)

“기계(만방 망TV다매체 열람기) 자체를 중국에서 수입해서 들어가는지 모르겠는데 수입해서 들어가서 거기서 업그레이드를 국산화를 해가지고 다시 나오는지는 모르겠지만 어쨌든 만방 기계 열람기 자체는 국내에서 이렇게 (해외로)다시 나옵니다. 최종 제품은”

면접자 oo(동해안)

“그거(만방 망TV다매체 열람기) 할까 말까 하다가 이 돈이 나가니까 조금 한 달에 매달 돈 나갔던 것 같아요. 아니 설치할 때 큰 돈이 나갔나 봐 아무튼 그것도 돈이 좀 많이 나가요. ... 아무튼 저희 계산으로는 조금 비쌌다.”

면접자 oo(평양)

“(해외에서 만방 망TV다매체 열람기는)연 요금제인데 (1년에)중국 돈 600원이었습니다. 1년에 월에 50원이었으니까”

3. 컴퓨터(컴퓨터) 이용 행태

가. 컴퓨터 이용 경험

응답자들이 북한에 있을 때 컴퓨터 이용 경험을 조사한 결과 노트북(노트북) 경험 비율이 80%로 가장 많았다. 이어 탁상컴퓨터(데스크탑)가 70%, 판형컴퓨터(태블릿 PC)가 50%를 차지해 판형컴퓨터의 저조한 이용을 파악할 수 있었다.

〈표 4-4〉 북한에 있을 때 이용해 본 경험이 있는 방송 통신기기

n=10

구분	응답자수
터비	10
유선전화	6
손전화기	10
탁상	7
판형	5
노트콤	8
노트텔	5
만방	1

나. 노트콤(노트북), 판형컴퓨터 구입 경로 및 구입 비용

북한에서 노트콤, 판형컴퓨터(태블릿 PC) 등 컴퓨터는 시장이나 컴퓨터 판매소, 그리고 전자제품상점, 정보기술봉사소 등에서 구입가능하다. 조사 결과 거의 대부분이 컴퓨터 판매소와 시장에서 구입한 것으로 나타났다. 이곳에서 무역회사들이 수입한 중고 노트콤도 구할 수도 있다.

〈표 4-5〉 노트콤, 판형컴퓨터 구입 경로(복수 응답)

n=7

구분	응답자수	비율(%)
컴퓨터 판매소에서 돈 내고 구입	4	50.0
기관(당국) 직원을 통해 구입	0	0.0
지인으로부터 받음(선물, 교환 등)	1	12.5
장마당을 통해 구입	3	37.5
외국에 다녀온 사람을 통해 구입	0	0.0
기타	0	0.0
합계	8	100.0

노트콤 구입 비용은 제품 상태에 따라 다른데 보통은 150불 정도의 가격으로

구입가능하다. 판형컴퓨터(태블릿 PC)는 북한산(노을)의 경우 100불 정도의 가격으로 구입가능하다.

면접자 oo(평양)

“(노트콤은)중고로 대부분 거래가 되는데 여기서 150불 정도 ... 회사들이 (중고 노트콤을)수입해 들여옵니다. ... (노트콤은)전자제품 컴퓨터 판매 상점들이 많습니다. ... 중고품도 따로 ... 대부분 정보기술봉사소라는 이름을 많이 가지는(상점들)”

면접자 oo(동해안)

“노트북도 다 그런 파는 데서(전자 상점에서) 저희는 했습니다. 노트북 제 것이 150불짜리였어요.”

면접자 oo(평양)

“(태블릿 PC 브랜드는)노을이라고 (북한산) ... 100불 정도”

시장에서 구입한 노트콤은 전파감독국에 가서 등록해야 한다. 하지만 정보기술봉사소 등의 공식 상점에서 구입한 경우에는 따로 등록하지 않아도 된다. 회사들이 수입해 올 때 이미 등록했기 때문이다. 정보기술봉사소들은 모두 국가 회사 소속이다.

면접자 oo(평양)

“회사가 수입해 올 때에 바로 거기서 전파 감독국에서 그거(노트북을) 다 세팅을 해서 들어오는 거라서 (등록을 따로 안해도 된다)”

다. 컴퓨터 이용 용도

1) 노트콤, 없으면 대학 다닐 수 없어

북한에서 노트콤은 첫째로, 학습목적으로 이용되고 있다. 시범이기는 하지만 평양의 일부 고등학교에서 노트콤으로 시험을 치르는 등 평양을 중심으로 해서 학

생들의 노트북 이용이 점차 보편화되고 있는 것으로 보인다.

면접자 oo(평양)

“(고등)학교에 인트라넷 연결망 이렇게 짝 해가지고 이렇게 엄청 공사도 많이 하고 그래서 ... 선을 연결해서 그래서 노트북으로 시험을 봤어. ... 그때 노트북이 필요해서 그냥 노트북을 산 거예요. ... (노트북이)없는 사람은 다른 사람 시험 본 다음에 이렇게 또 하고 ... 시범 식으로 이게 몇 개 학교씩 이렇게 했었어요.”

특히 대부분의 대학생들은 노트북을 보유하고 학습에 이용하고 있다. 노트북으로 대학 수업을 받는 등 노트북 없으면 대학을 다니기 어려운 것으로 나타났다.

면접자 oo(동해안)

“(oo대학)학급에는 다 (노트북)있었어요. 100% ... 노트북 없으면 대학을 다닐 수가 없습니다.”

면접자 oo(평양)

“(대학생들은)컴퓨터 학과가 아니더라도 컴퓨터 노트북 가지고 수업받는다.”

면접자 oo(국경지역)

“(oo대학 학생들이)노트북 거의 다 갖고 있긴 해요. ... 공부할 때 기록하고 타이핑해서 기록하고 사진 이미지 저장하고”

둘째로, 북한에서 노트북은 게임 하거나 승인되지 않은 외부영상물 복사, 시청 등에 많이 이용된다. 셋째로, 북한에서 노트북은 친구와의 유대 강화, 정보를 공유하는 작은 커뮤니티 형성 등 소통 수단으로 이용된다.

면접자 oo(동해안)

“(노트북으로)한국 드라마 보고 ... 게임을 한다든지 아니면 복사해서 USB를

복사하는 용도로만 사용했어. ... USB를 제가 개인적으로 이제 남한테 맡기지 않고 집에서 몰래 이제 그거를 복사하고 이거 하는 거 해야 되기 때문에 필요했습니다.”

면접자 oo(평양)

“(노트북으로)게임하거나 영화 보거나 그러지 그냥 ... USB 끼어 가지고”

면접자 oo(동해안)

“(나는 노트북 없지만)그 친구들한테 가서 (노트북으로 외국영화)다운 받아서”

노트북의 원활한 이용을 위해 안티바이러스 프로그램을 설치하는데, 이를 위해 분기에 (북한돈) 4천원 정도에 달하는 비용을 정보기술교류소에 지불하기도 한다.

면접자 oo(동해안)

“노트북에는 ... 바이러스 제거하는 게 있어요. 그 돈이 분기에 4천원인가 아무튼 그런 돈이 나와 ... (이 앱은)무조건 깔아야 되는 걸로 저는 알고 있었어요. 안 그러면 작동이 잘 안 돼가지고 ... 정보기술교류소에서 그런 걸 다 합니다.”

2) 판형컴퓨터(태블릿 PC), 별 용도 없어

북한에서 판형컴퓨터는 게임에 조금 이용될 뿐 교육용 등으로 많이 이용하지 않는 것으로 나타났다. 판형컴퓨터를 대부분 인트라넷을 통해서만 할 수 있게 만들어 놓는 등 사실상 전자사전이나 게임기 수준이어서 실용성이 낮다는 것이다. 북한에서 판형컴퓨터 이용이 저조한 것은 대부분 가정에 국내망이 들어오지 못해 집에서 판형컴퓨터로 인민대학습당의 자료 열람 등 학습용으로 이용하기 어렵다는 것이다.

면접자 oo(동해안)

“태블릿, 근데요 그거는 크고 조금 그냥 게임용, 그래서 엄마가 그냥 싹 저저 치워”

면접자 oo(평양)

“(태블릿 PC는)게임도 하고 뭐 별로 쓸 용도는 없었습니다.”

면접자 oo(평양)

“과학기술 국가망 열람이 안 되니까 그 뭐지 그거 인민대학습당이나 광명 사이트에 들어가서 정보 자료들 검색해 보는 거는 집에서 못 하죠.”

3) 데스크탑

북한에서 데스크탑은 직장에서 사무용으로, 학교에서 교육을 목적으로 이용하는 것으로 조사되었다.

면접자 oo(서해안)

“학교들에는 (데스크탑이)있거든요. 데스크탑이 학생들 이렇게 교육용으로 이제 그런 데 있고 그리고 이제 사무실이나 뭐 이런 데는 있어요.”

면접자 oo(평양)

“저희 회사(연구소)는 (데스크탑이)다 있었습니다.”

흥미로운 것은 응답자들이 데스크탑의 프린트 기능을 이용한 경험이 없다는 것이다.

면접자 oo(평양)

“(연구소 데스크탑에서)다 프린트 안돼요. … 그건(프린트는) 쓰기 힘들었습니다. … 프린트 기계 엄청 예민하죠.”

면접자 oo(국경지역)

“(컴퓨터에서 프린트 사용)기억이 없어요.”

현재 북한 가정들에서 데스크탑 사용이 줄고 있는 편이다. 대신 노트북이 그 자

리를 차지하고 있다.

면접자 oo(평양)

“어렸을 때는 집에 (데스크탑을)이렇게 가지고 있다가 필요 없어 가지고 버리고, 그다음에 노트북을 그냥 했어.”

면접자 oo(서해안)

“(가정에서 탁상컴퓨터)거의 없어졌어요. 탁상컴퓨터 이거 별로 안 쓰고, 다 노트북 쓰고”

4. 노트북 이용 행태

조사 결과 응답자의 50%가 북한에 거주할 때 노트북을 이용한 경험이 있었다. 노트북은 시장이나 전자상점 등에서 (2012년 기준)50불 정도의 가격으로 구입 가능하다. 전자상점은 간판만 국가 이름을 걸고 모든 운영은 개인들이 하는 것으로 파악되었다. 개인들이 전자상점에서 상품을 팔고 수익의 일부를 국가에 납부하는 방식이다. 노트북은 개인 밀수를 통해 불법으로 시장에서 유통되기도 한다.

면접자 oo(서해안)

“(노트북은)전자 상점이라고 그런 데 가면 다 있거든요. ... (전자상점은)각 군마다 다 있죠. ... 리에는 없어요. 그게(전자상점은) 다 개인이 다 하는 거잖아요. ... 말은 국가의 간판을 걸지만 다 개인이 한다는 얘기지 짝 다.”

면접자 oo(동해안)

“노트북은 2012년도에 ... 평양에서 구입했어요. 평양에 그런 상점 같은 거 있어요. 가격이랑 그런 건 50불 정도 해서.”

북한에서 노트북은 그동안 크기가 작아 단속을 피하기 쉽다는 장점 등 때문에 북한 주민들에게 상당히 인기가 높았다. 그러나 2010년 중반 이후 화면이 크고

사용이 편리한 액정TV가 널리 보급되면서 주민들이 애용하던 DVD 플레이어 노트북의 인기가 시들해지고 있는 것으로 파악되었다.

면접자 oo(동해안)

“2012년도 때는 노트북을 이제 사용하다가 ... 2016년부터 아마 액정 많이 사용했던 것 같아요. ... 액정TV가 나오면서 ... 좀 더 편리했던 것 같아요.”

5. 라디오 이용 행태

북한에서는 지난 기간 TV가 잘 나오지 않는 지방의 경우 (북한이 제공하는)날씨 등을 확인·시청하기 위해 많은 가정이 라디오를 보유하고 있었다. 하지만 라디오를 통한 한국 방송 청취 통제가 강화되면서 통제에서 벗어나기 위해 라디오 기기 자체를 폐기하는 추세로 조사 되었다.

조사 결과 북한 주민들은 라디오 방송에 거의 관심을 두지 않는 것으로 나타났다. 방송의 중심이 텔레비전이나 새로운 미디어로 옮겨가면서 주민들의 라디오 방송에 대한 수요는 거의 없다고 볼 수 있다. 하지만 북한주민들의 조선중앙방송 청취는 거의 강제적으로 매일 이루어지고 있다고 볼 수 있다. 왜냐하면 조선중앙방송위원회가 운영하는 라디오 서비스인 조선중앙방송의 확성기를 거리마다, 작업장마다 설치하도록 하고 있다. 조선중앙방송에서 선전되는 당정책 등을 중계하기 위해서이다.

면접자 oo(서해안)

“그 (라디오)방송을 청취하겠다고 했던 적은 없어요. 북한에 되게 지방에서 한 방송(조선중앙방송)을 그냥 틀어 놓잖아요. ... 그러니까 그거는 그냥 귀로 들려요.”

6. 인트라넷 이용 행태

가. 인트라넷 이용 경험

지방에 거주하는 대부분의 응답자들은 북한에서 인트라넷을 경험한 적이 없었다. 인트라넷에 대해 인지하지 못했으며, 인트라넷의 존재에 대해서도 모르는 것으로 조사되었다. 이에 북한에서 인트라넷, 국내망이라는 표현을 사용하고 의미를 정확히 구분해서 이해하고 있는 사람은 제한적일 것이라고 추측된다. 그리고 인트라넷 인지 정도는 지역, 계층, 정보 유입 경로 등에 따라 큰 차이가 있을 것으로 보인다.

면접자 oo(서해안)

“인트라넷이요? ... 그런 걸 내가 느껴보지 못했어.”

면접자 oo(동해안)

“인트라넷 그게 뭐예요? ... 국가에서 하는 거 ... 도서관에도 (인트라넷이) 없었어요.”

면접자 oo(평양)

“핸드폰이 이런 인트라넷이 있어야 되는 거잖아요?”

나. 인터넷 인지 실태

대부분의 북한 주민들은 인터넷 존재에 대해서도 인지하지 못하는 것으로 파악되었다.

면접자 oo(동해안)

“(인터넷이 있다는 걸) 정말 컴퓨터 수재들만 알고 있어요. 저희들은 몰라요.”

면접자 oo(서해안)

“외부 정보를 이제 차단하니까 ... 인터넷이 뭔지도 몰라요.”

제 3 절 방송 콘텐츠 이용 행태

북한 주민들의 방송 콘텐츠 이용은 국가가 제공하는 공식 콘텐츠뿐 아니라, 금지에도 불구하고 밀반입된 비공식 콘텐츠를 다양한 경로로 이용하고 있는 것으로 조사 되었다.

1. 북한 공식 콘텐츠 이용 행태

가. TV 방송 콘텐츠 이용 행태

1) 조선중앙TV 콘텐츠

응답자들이 북한에 있을 때 시청했던 경험이 있는 TV 채널을 조사한 결과 응답자 전체가 조선중앙TV를 시청했다고 응답했다. 그리고 조선중앙TV 시청률이 다른 채널에 비해서 가장 높게 나타났다.

〈표 4-6〉 북한에 있을 때 시청했던 경험이 있는 TV 채널

구분	응답자수	비율(%)
조선중앙	9	27.3
만수대	7	21.2
룡남산	6	18.2
스포츠	6	18.2
사회문화방송	5	15.2
총계	33	100.0

n=9

그 이유는 다른 방송 대비 조선중앙TV 방송 시간이 길기 때문이다. 또한 숫자식 TV 신호변환기 혹은 만방 망TV다매체 열람기를 설치하지 않은 지방 가정들에

서 시청 가능한 채널은 조선중앙TV뿐이라는 상황과도 관련된다.

면접자 oo(평양)

“조선중앙TV 시청률이 다른 채널에 비해서 월등히 높은 이유는)방송 시간이 아무래도 길어서 그렇죠”

면접자 oo(동해안)

“그냥 중앙TV만 봐요 (oo도)oo에는 그냥 딱 한 개 채널(조선중앙TV)만 돼”

조선중앙TV 방송에 대한 만족도는 낮았다. 조선중앙TV를 통해 때때로 날씨 예보, 은하수관현악단 공연 등을 시청한다고 응답하였다.

면접자 oo(서해안)

“조선중앙TV 프로그램 방송)좋았던 건 별로 없어요. 그냥 장사하니까 날씨는 덥고 날씨를 알아야 되니까 날씨 ... 노래 장면 뭐 이런 것 ... 은하수관현악단(보았다)”

조선중앙TV 프로그램 편성은 그나마 일요일에 괜찮았던 것으로 나타났다. 그럼에도 정전이 되면 배터리를 일부러 연결해서까지 볼 정도의 관심은 없었던 것으로 조사되었다.

면접자 oo(동해안)

“조선중앙TV 방송은)일요일 같은 날은 좀 그래도 특색 있는 것들을 많이 하니까 볼 게 없으면 쳐놓는 게 좋은 팁이죠. 근데 배터리를 일부러 막 켜고 그렇지 않아요.”

북한 주민의 조선중앙TV 방송 시청 시간은 점차 줄어드는 것으로 조사되었다. 그 이유는 다음과 같았다. 첫째, 조선중앙TV 방송에 체제선전 내용이 많아 주민들의 관심을 끌기엔 역부족이다. 조사 결과 응답자 중 66.7%가 TV 시청을 하면

서 불만족했던 1순위를 “선전 선동 내용이 너무 많아서”로 꼽았다.

면접자 oo(서해안)

“조선중앙TV 방송에서 거의 들여다볼 게 없어요. 다 가식적인 거고 그러니까 항상 다 선전 그거에 대한 것만 나오고 하니까”

둘째, 방송 내용에서 흥미가 떨어지기 때문이다. 예로 조선중앙TV에서 반복적으로 방영되는 대표적인 선동가요 “동지애의 노래”도 지루하여서 잘 보지 않는다고 응답하였다.

면접자 oo(평양)

“(조선중앙TV에서)제일 지루했던 게 뭐냐 하면 ... “동지애의 노래”였어요. ... 그 노래가 한 10분인가 15분 걸려요. 그 방영부터 시작해서 끝날 때까지 ... 그 노래 나오면 아 저거 좀 끄자“

면접자 oo(국경지역)

“(전기가 와도 조선중앙 TV를)안 봐요 왜냐면 ... 그냥 그저 고정적인 그것만... 재미없어요.”

셋째, 대체 매체의 등장이다. 이제는 DVD 플레이어, 액정TV 등이 많은 가정에 보급되고 CD, USB를 파는 판매소도 많아 전기만 있으면 원하는 영화 등을 볼 수 있게 되었다. 이에 부족한 부분도 다른 외부콘텐츠에 의존하는 경향을 보였다.

면접자 oo(평양)

“(조선중앙TV)에서 새로운 드라마가 나오면은 ... 일주일에 한 번 방영을 해주니까 그럼 ... 먼저 이렇게 CD가 나와요. 그럼 그 CD를 이렇게 바쁜 사람 보고 싶은 사람 돈 주고 볼 거잖아요.”

면접자 oo(국경지역)

“메모리 카드 이걸로 그냥 그런 거(외국영화 등)나 보지, 중앙채널(조선중앙 TV 채널)에 신경을 안 써요”

2) 만수대 TV 콘텐츠

응답자들이 북한에 있을 때 시청했던 경험이 있는 TV 채널을 조사한 결과 77.8%의 응답자들이 만수대TV를 시청했다. 기존에 ‘만수대 통로’라고 불리며 외국영화 등을 방영하던 만수대 TV 채널은 평양지역에서만 방송되고 지방에서는 볼 수 없어 지방 주민들이 부러워했다. 하지만 2016년 5월부터 숫자식TV신호변환기만 설치하면 지방 주민들도 만수대 TV 시청이 가능하다. 외국 영상물을 주민들에게 일부 개방함으로써 외부세계에 대한 호기심과 환상을 차단하기 위한 차원’이라는 해석이다. 현재 만수대 TV에서는 외국영화를 비롯하여, 국제정세, 세계적 과학기술 흐름 등을 방송한다.

면접자 oo(평양)

“(만수대 TV에는)외국 소식이 많죠. 그래도 외국 영화도 하고 외국 체육 경기 소식도 나오고”

그러나 최근 들어 만수대 TV 인기는 하락하고 있는 것으로 나타났다. 외부 영상물 시청이 늘면서 국가가 제공하는 만수대 TV 보다는 개인적으로 흥미 있는 프로그램을 시청하는 성향이 강했다.

면접자 oo(서해안)

“그거(만수대 TV)는 잘 안 보죠. ... 사람들이 그런 거 안 해요. 그냥 다 USB로 잡아서 내가 보고 싶은 거 보지 중앙에 큰 기대를 안 가져요.”

만수대 TV 시청률 저하는 첫째, 이 채널에서 방영하는 외국영화 등이 새롭게 나온 것과 관련된다. 북한에서는 시장화 현상이 점차 확대됨에 따라 방송산업 역

시 시장 친화적인 모습으로 변화하고 있다. 예로 만수대 TV에 방영되기 전에 외국 영화들이 USB 또는 CD로 사전에 제작되어 판매되고 있다. 둘째, 이제 북한에도 USB가 널리 퍼지면서 영화도 금방 유행하는 시대가 도래 했고 이에 만수대 TV로 방영되는 외국영화에 대한 주민들의 관심과 인기도 예전보다 낮아졌다.

면접자 oo(동해안)

“(만수대 TV에서)옛날 영화를 하거든요. 외국 영화들이 약간 새로 나온 것보다는 우리가 다 이미 보고 남은 거 하거든요. 그래서 그거 보고 싶으면 USB로 떠서 가면 돼요. 저희가 다운 받아서 보면 돼”

면접자 oo(동해안)

“정보기술교류소에서 ... 그 영화를 중국 영화를 이렇게 새로 나왔다고 이렇게 간판에다가 길을 지나가면 적어놔요. (그러면)급한 사람들이 사는 거예요 아니면 좀 지나면 USB로 어차피 도는데 성격이 급하면 바로 가서 그거 돈내고 삽니다. ... 그래서 몇 부까지 그걸 잡아서 핸드폰에다 저장해서 그걸 막 정신없이 보고 그리고 USB 도는 것도 핸드폰에서 아마 뭔가 복사를 한 느낌이에요. ... 그 다음에 이제 나중에 보면 이제 만수대 TV에서 (이 외국영화를) 방영을 합니다.”

3) 룡남산·스포츠·사회문화 TV

룡남산 TV는 최신 과학기술 동향에 대한 소개, 외국어학습 등 교육 방송프로그램, 대학생 예술소조 공연 등의 문화·체육행사를 포함하고 있어 학생들이 잘 시청하는 편이다. 사회문화 TV를 통해 일반상식, 사회문화생활, 내부의 부정적 현상 보도 등의 프로그램 방송을 시청한다. 스포츠 TV는 프리미어리그 경기 등 해외 스포츠 콘텐츠를 편집해 방송하는데, 방영은 몇 개월씩 지연되고 제목이나 국가명은 은폐·편집되지만, 정치색에서 일정 부분 벗어난 엔터테인먼트 콘텐츠로 인기가 있다.

면접자 oo(동해안)

“룡남산(TV)에서는 제가 아는 오빠들도 막 저기에 나와가지고 영어 교육하는 그것도 나와서 재미있게 보고, 체육가니까 룡남산에서는 이제 교육용으로 영어 이런 거 아니 중국어 영어 막 이런 걸 했어 가지고 학생들이 잘 보고 있어요. ... 그 스포츠 채널에서는 이제 다른 나라 것(체육경기 등)도 하고 막 그랬었던 것 같아요. ... 사회문화TV에서는 ... 그냥 중앙 TV랑 거의 비슷비슷한 게 나와가지고 헛갈립니다. 상식 같은 것도 나오고”

면접자 oo(평양)

“유럽 축구 선수권 대회 같은 거 잘 안 보냈는데 그거(스포츠TV) 언제부터가 나와 가지고(축구경기 방영한다).”

룡남산·스포츠·사회문화 TV 콘텐츠는 조선중앙TV 프로그램 대비 만족하다는 응답이 있었다. 그럼에도 이 채널들은 평양을 제외하고 지방에서는 잘 시청하지 않는 것으로 파악되었다.

면접자 oo(서해안)

“(룡남산·스포츠·사회문화 TV)는 조선중앙TV 보다는 괜찮았어요. 그 조선중앙TV가 제일 재미없고, 행사 때나 꼭 봐야 될 필요성이 있을 때 할 수 없이 그걸 쳐놓고 봤죠.”

면접자 oo(평양)

“사회문화TV가 재미나죠. 그래도 그게 사회적인 비사회적 현상들을 폭로하는 프로가 있는데 거기서 그러니까 다는 아니고 그런 시간이 있어요.”

면접자 oo(서해안)

“그거(룡남산·스포츠·사회문화 TV)는 그냥 평양이나 뭐 그런 데서나 더 보는 거지 이제 밑에 지방에는 그런 게 없습니다.”

나. 승인된 영상물 이용 행태

1) CD, DVD, USB 구입 경로 및 구입 비용

북한에서 승인된 영상물(북한영화, 북한만화, 화면반주음악, 중국영화, 러시아 영화 등)은 CD, DVD, USB 등에 담겨 목란비데오판매소, 정보기술교류소, 봉사소, 전자상점, 시장 등에서 구입가능하다. 평양에도 이러한 매장이 꽤 많다.

면접자 oo(평양)

“평양에 CD, DVD, USB를 파는 판매 매장이 꽤 많았습니다.”

면접자 oo(국경지역)

“그저(승인된 영상물이 들어있는 CD, DVD)는 ... 시장에서 팔아요.”

북한 주민들은 승인된 영상물을 구입하는 경우 지인의 CD 복사보다는 시장이나 상점에서 신품 CD, DVD 구매를 더 선호하는 것으로 조사되었다. 주변에서 돌려보던 CD, DVD는 손상 가능성이 있어 복사보다는 상점에서 구매하는 것이 더 유리하다는 판단이다.

면접자 oo(동해안)

“처음에는 그 알판(CD, DVD) 판매소에서 사 놓고 그다음에는 바뀌서 많이 봐요. ... 그저(CD, DVD) 복사는 난 해본 적이 없어. ... 교환해서 보는 일도 많고 ... (주변으로)돌다 나면 그 CD알이 끊겨요. 줌 보다 나면 버려야 돼.”

승인된 영상물이 담긴 CD, DVD, USB 등의 구입비용은 용량에 따라 상이하다. 영화가 녹화된 USB는 4기가~8기가의 경우 2만 5천 원~3만 원, 32기가의 경우 4만 원(북한돈) 정도로 구입가능하다. 영상물이 녹화된 CD는 시장에서 2만원 정도에 구입가능하다. 동일한 제품(CD, DVD, USB)의 경우 시장에서의 가격이 제일 싼 것으로 조사되었다.

면접자 oo(동해안)

“(USB, CD는)그게 가격이 다 이렇게 달랐어요. 5천 원짜리도 있고 1만 원짜리도 있고 뭐 조금 좀 인기 영화다 하면 ... 달러로 하면 한 한 달러 정도 한 달러 좀 더 하는 것도 있고 ... 영화도 여기서처럼 기가 차이죠. (USB는)4기가에서 8기가는 한 2만 5천 원, 3만 원 ... 32기가 이 정도면 한 4만 원.”

면접자 oo(평양)

“DVD 같은 경우는 많이 들어가니까 그거는 뭐 한 만 원까지 했던 것 같습니다.”

외국영화 등 승인된 영상물은 정보기술교류소에서 다운받아 볼 수도 있다. 8기가 크기의 USB를 가져가 3천원(북한돈) 정도의 비용으로 용량을 꽉 채워 외국영화를 다운받는다. 이러한 정보기술교류소 지점들이 읍에만도 3~4개 설치되어 있는 경우도 있는 것으로 조사 되었다. 이 분점들은 정보기술교류소 간판을 걸고 있지만 실제로는 개인들이 운영하는 것이다.

면접자 oo(동해안)

“정보기술교류소라고 생겨서 거기서 한 3천 원 내면 (내가 가져간 USB에 외국영화를)다운받아 ... 8기가 다 채워져요 ... (고성읍에 정보기술교류소가)한 세네 개 있던데요 ... 명판은 나라 간판을 걸고 이제 개인이 운영하고 ... (정확한 이름은) ‘정보기술교류소’하고 112 이렇게 나가는 ... 여기 지점이 하나 있고 저기 지점 근데 뭐 서로 연결된 건 아니고 서로 다른 것 같아요.”

2) 승인된 영상물 구별방법

북한에서 승인된 영상물을 구별하는 방법은 영상물을 재생할 때 목란 로고가 나오는지를 살펴보는 것이다. 가짜 목란 마크도 있는데 이는 단속 대상이다.

면접자 oo(동해안)

“(CD, DVD에)목란 마크가 있어야지 이제 승인이 된 거예요. ... 가짜 목란 마크도 있는데 그것도 이제 109가 알아서, 그래서 (승인된)중국 것도 다 목란 마크 달고 있어요.”

현재 북한에서 목란 로고를 가진 CD, DVD들은 노동당 선전선동부 산하 목란 비디오사가 제작해 생산한 것들이다. 목란비디오사는 DVD 공장을 가지고 있을 뿐 아니라 산하에 유통을 담당하는 목란비디오보급소, 제작된 것을 판매하는 목란 비디오판매소를 가지고 있다. 최근 들어 목란비디오사는 조선중앙TV에 방영되기 전인 새로운 드라마까지도 CD, DVD로 사전에 제작 및 판매해 수익을 올리고 있다. 이에 경제적으로 여유가 되는 주민들은 TV에서 방영되는 드라마를 한 편씩 기다리며 보기보다 CD, DVD로 구입해 시청한다.

면접자 oo(국경 지역)

“(조선중앙TV로)드라마 한 개씩 나오고, 그건 굳이 안 봐도 또 CD알로 나오니까 ... 매일매일 한 개 부를 보겠다고 굳이 기다릴 필요 없어요. 벌써 거기서 나오기 전에 벌써 이 메모리 알 카드로 나오니까.”

3) 북한 영상물

북한 영상물은 공감과 호응을 이끌어내기에는 정치적인 의도가 심하게 드러난다는 답변들이 많았다. 이에 북한 주민들은 영화 ‘민족과 운명(홍영자 편)’, 만화 ‘소년장수’, ‘고주몽’, ‘영리한 너구리’ 등과 가요 영상물 ‘도시 처녀 시집와요’ 등 재미있고, 흥미로우며 정치적인 색채가 적은 좋아하는 영상물만을 골라본다는 답변들이 있었다.

면접자 oo(서해안)

“(북한 영화는)끝말에 가서는 어디까지나 항상 그 정치적으로 이걸 넣지 않으면은 구성이 안 되기 때문에 좀 흥미가 좀 떨어진다”

면접자 oo(평양)

“콘텐츠가 좀 더 현실을 반영하게 선전용으로 만들지 말고”

면접자 oo(동해안)

“(북한 영상물은)볼 만한 게 없어요. 굳이 내용도 없고. ... 북한 거는 ‘민족과 운명’ 말고는 굳이 굳이 안 본다. ... 홍영자 편 ... 고주몽이랑 ... 소년 장수 제일 나아 ... 노래 ‘도시처녀 시집와요’ 좀 빠른 노래 같은 거 옛날 노래 좀 많이 틀어 놓고 있었고.”

면접자 oo(국경지역)

“소년장수 ... 만화는 북한이 최고예요.”

4) 승인된 외국 영상물

북한은 외국 영상물의 수입과 상영을 엄격히 통제하지만, 일부 영상물에 대해 제한적으로 승인하는 경우가 있다. 이에 승인된 외국 영상물은 공개적으로 볼 수 있는 콘텐츠이다. 중국영화 ‘서유기’, ‘영웅’, ‘사랑의 힘’ 등이 그러하다. 승인된 외국 영상물은 중국, 러시아 등에 편중되어 있다.

면접자 oo(동해안)

“(승인된)중국 영화들 영웅도 있고 ... (홍콩 배우)성령 나오는 것도 있고”

그리고 실제로 북한 주민들 사이에서 승인된 외국 영상물에 대한 선호도가 낮은 것으로 나타났다. 응답자에 따르면 시청한 외국 영상물 중 승인된 외국 영상물은 10% 정도에 불과하다는 답변이 있었다.

면접자 oo(서해안)

“북한에는 좀 재미나다 좀 볼 만하다 하는 거 다 보지 말라고 해가지고... 본 것 중에 100이라면 100 중에서 보지 말라고 한 게 거의 90%예요”

승인된 외국 영상물의 선호도가 낮은 이유는 이들이 대체로 오래전 제작된 영상물이고 체제 유지 차원에서 방영되는 영상물이기 때문이다.

면접자 oo(서해안)

“(승인된)중국 영화도 ... 완전 옛날 영화라 ... 최신식 영화들은 다 못 보게 됐어요.”

면접자 oo(국경지역)

“북한에서 공식 인정해 준 중국 드라마는 약간 팔로군 영화 드라마 ...”

흥미로운 것은 승인된 외국 영화는 화면에 자막이 달려있는 것이 아니라 조선어(한국어)로 더빙한 것이다. 관객이 이해하기 쉽도록 완성도를 높인 셈이다. 승인된 외국 콘텐츠에 대한 수요증가 유인과 함께 외부영상물 유포를 막기 위한 북한 당국의 노력으로 분석된다.

면접자 oo(서해안)

“(승인된 외국영화는)말로, 다 쉽게 사람들이 볼 수 있는 그걸 번역으로 해서 나와요. ... 말로 번역을 해서 나온단 말이야.”

다. 라디오 및 3방송 콘텐츠 이용 행태

1) 라디오 콘텐츠

오늘날 북한 라디오 방송은 사실상 제 역할을 하지 못하는 것으로 조사되었다. 라디오 채널 선택이 제한적인데다가 방송 내용은 체제 선전 위주로만 운영되어 재미없고, 신뢰하지 않기 때문이다. 선전용으로서의 라디오의 영향력이 떨어진 것이다.

2) 3방송

북한의 라디오 방송에는 조선중앙방송을 비롯하여 평양방송, 유선방송(3방송)이 있다. 사실 유선방송이어서 라디오가 아니지만 특별하게 관리하는 것이 바로 3방송이다. 3방송은 대부분 조선중앙방송 내용을 중계방송하고, 지역별 방송 시간을

통해 불법행위자에 대한 공개 비판을 하는 등 체제 유지 및 선전용으로 이용되고 있다. 이에 북한 가정들에서 3방송 설치의 의무사항이다. ‘고난의 행군’ 이전 시기에는 집집마다 돌며 유선방송이 있는지를 검열하기도 했다. 하지만 이후 국가 경제 상황이 어려워지자 유선방송 전선이나 수신기의 노후화 등으로 농촌지역에는 3방송 설치가 안 된 가구도 있는 것으로 파악되었다. 또 지방 일부에 형식적으로 방송기만 달아 놓은 가구도 있어 3방송 청취에 대한 국가통제가 제대로 이루어지지 않음을 알 수 있다. 다만 직장이나 마을에 설치된 확성기에서 송출되는 3방송을 아무런 뜻이나 생각이 없이 무심코 듣는 경우가 많았다.

면접자 oo(동해안)

“집에 방송(3방송) 무조건 ... 해놔야 된다고 하거든요. ... 옛날에는 무조건 그거(3방송 설치하도록) 했었는데 지방(oo)에서 이제는 무조건 검열해가지고 그거(3방송 설치) 연결하고 그래 가지고”

면접자 oo(서해안)

“그 리에 방송이 있잖아. ... 그걸(3방송을) 걸어 놓고서 아침 새벽 5시만 되면 체조 하면서 그걸 내보내고 하니까 그런 그 소리만 들려.”

응답 결과, 3방송 프로그램에 대한 인기는 낮았다. 청취하는 경우에도 당국의 선전선동 콘텐츠보다는 아침체조 방송 등을 듣는 경향이 있었다. 응답자 중 일부는 3방송을 중앙방송으로 인지하는 경우도 있었다.

2. 비공식 콘텐츠 이용 행태

가. 비공식 콘텐츠(외국 영상물) 이용 경험

1) 비공식 콘텐츠 수용 동기

인터뷰에 따르면, 응답자의 90%가 남한 등 비공식 외국 콘텐츠를 시청한 경험

이 있으며 한국 드라마, 영화, 음악은 그 중 상당한 부분을 차지한다. 이는 북한 주민들이 외부 정보에 대한 수요가 크다는 것을 보여준다.

조사 결과, 북한 주민들의 비공식 콘텐츠 수용은 초기에는 대체로 정치적 동기보다는 문화수용 욕구에 기반하고 있다. 응답자들은 북한 영상물이 재미없다고 느끼며, 현실과 동떨어진 콘텐츠에 대한 불만이 많다. 볼 만한 북한 콘텐츠가 있다면 위협을 각오한 비공식 콘텐츠 시청의 필요성도 느끼지 않을 것이라고 언급하면서 한국 드라마 등에 큰 흥미를 보였다. 이에 북한에서 비공식 콘텐츠는 제한된 정보 환경 속에서 외부의 삶, 외부의 문화, 외부의 사회 구조를 접할 수 없었던 북한 주민들의 문화수용 욕구를 자극한다고 볼 수 있다.

면접자 oo(서해안)

“(북한은)드라마를 하나를 찍어도 사람들의 (현실)생활에 좀 맞게끔 하면 사람들이 그래도 호감이 가서 볼 수 있지 않을까.”

2) 선호하는 비공식 콘텐츠: 중국, 인도, 러시아, 미국, 일본, 한국

응답자들에게 북한에 있을 때 본 외부영상물로서 영화나 방송은 어떤 것이 있는지 물었다. 북한 주민이 접한 외부영상물의 유형과 반응, 선호도를 조사하고자 한 것이다. 이들이 접한 외부영상물로는 ‘양산백과 축영대’, ‘남자의 매력’ 등 대부분 러시아, 중국 영화였다. ‘세 일간이’ 등 인도 영화, 그리고 미국영화를 보았다는 응답도 있었지만 제목을 정확히 기억하지 못하였다. 조사 결과, 외부로부터 유입되는 영상물 시청을 통해 외부의 삶, 외부 사회 구조를 생각하는 효과가 나타났다. 특히 사회주의 국가 중국, 사회주의였던 러시아의 영화를 보면서 경제적으로 풍요로운 세계에 대한 동경, 폐쇄적 체제에 대한 불만 등의 의식 변화를 가져오고 있었다.

면접자 oo(서해안)

“인도 영화를 봤을 때는 인도가 잘 산다고 생각해 본 적은 없어요. 그냥 인도

는 좀 힘들게 사는 나라라고 그냥 봤었고요. ... 중국은 잘 사는 나라라고 이미 생각이 들었고 중국 영화도 되게 이제 감명을 받았고. 근데 중국은 그냥 잘 사는 나라라고 이미 생각하고 있었으니까”

조사 결과, 외부콘텐츠 중 한국 드라마·영화 등 한국 영상물이 인기를 누리며 소비되었다. 드라마 ‘왕가네 식구들’, ‘꽃보다 남자’, ‘상속자들’, ‘자이언트’, ‘뿌리 깊은 나무’, ‘태양을 삼켜라’, ‘대장금’ 등 많은 한국 드라마, 영화들과 실시간 TV로 방송되는 전국노래자랑, 뉴스, 노래, 남북의 창, 생활의 달인 등 다양한 프로그램을 소비하였다. 응답자들은 가장 좋아하는 한국 드라마 시청을 위해 읍에 나가 밤새껏 TV 배터리를 충전할 정도로 한국 콘텐츠에 열광했다.

면접자 oo(서해안)

“한국 드라마 ‘왕가네 식구들’ ... 재밌더라고 일상적인 거라 가지고 되게 재미있게 봤었어요. ... 한국 드라마 ‘꽃보다 남자’, ‘상속자들’(재미있게 보았다)”

면접자 oo(서해안)

“(한국드라마)‘태양을 삼켜라’ ... 너무 재미나서 여기 와서 내가 다시 한 번 봤다고...뉴스는 매번 보고 그다음에 전국노래자랑은 송해선생 노는 게 너무 나도 재미나서, 하고 거기서 나오는 노래를 내가 많이 배웠어요.”

면접자 oo(동해안)

“(한국TV로) 여섯시 내고향, 남북의 창 뭐 날씨도 나오고, 그리고 생활의 달인 뭐 이런 되게 다양한 한국의 밥상도 나오고, 뭐 트로트 가수 노래도 나오고 그다음에 가요 무대도 하고 드라마도 하고 재밌었어요. 재밌었죠.”

면접자 oo(서해안)

“(TV)배터리를 가지고 그걸 그루마(수레)에 끌고 읍으로 충전하러 갔어. 저 시골에 있었으니까 읍에 가서 그걸 충전을 하룻밤 밤새껏 해가지고 또 끌고

나오면...(한국 드라마 보려면)배터리 용량이 커야 된단 말이야.”

3) 한국 영상물 시청을 선호하는 이유

북한에서 한국 영상물 시청을 가장 선호하는 이유는 다음과 같다. 첫째, 한글 자막이 없는 중국이나 러시아 영상물에 비해 같은 언어를 사용하고 있는 한국 영상물이 북한 주민들이 수용하기에 매우 쉽다는 점이다.

면접자 oo(서해안)

“(한국영상물 시청을 가장 선호하는 이유는)우선 말이 통하고 같은 민족끼리가 돼서 그런지.”

면접자 oo(동해안)

“(한국영상물 시청을 가장 선호하는 이유는)일단 말이 통하잖아요. 러시아 영화, 인도 영화나 중국 영화 보면 밑에 자막을 봐야 되잖아요. 그러니까 이제 피곤하거든요. ... 한국 영화는 이제 말이 확 들리니까.”

둘째, 한국 영상물은 인간 생활을 진실하게 표현하고 재미있어 북한 주민의 문화적 욕구를 충족시켜주기 때문이다.

면접자 oo(서해안)

“긴 드라마를 처음 봤거든요. 그 자이언트라는 거를 그 드라마 보면서 ... 나도 모르게 이렇게 빠져드는 듯한 그런 거 있잖아요. ... 형제간의 우애가 엄청 좋잖아요.”

면접자 oo(서해안)

“한국 사람들의 생활에 대한 것을 그대로 그대로 이렇게 묘사하더라고.”

나. USB, CD, DVD 구입 경로 및 구입 비용

1) USB, CD, DVD 구입 경로

남한 드라마 등 승인되지 않은 영상물이 북한으로 유입되는 경로를 보면 대체로 북중 국경 지역에서 돈벌이 목적의 밀매가 이루어지고 있다. 정치적 동기가 아닌 상업적 목적에 의해 영상물 유입이 이루어지므로 통제에도 불구하고 확산이 이루어지는 것으로 보인다.

면접자 00(동해안)

“중국(중국 장사꾼)에서 (불순영상물을)직접 받았을 때 이제 CD도 있었어요. DVD도 있었고 … USB거나 SD카드(도 있었다).”

CD나 USB, SD 카드, DVD 등에 담겨 북한에 몰래 반입된 외부영상물은 단속을 피해 지인 간 거래로 퍼진다. 강한 통제로 시장에서 외부영상물을 판매하지도 않기 때문이다.

2) USB, CD, DVD 구입 비용

메모리 용량이 6기가, 4기가, 8기가 등인 USB 가격은 2만 원에서 2만 5천 원 정도로 구입 가능하다.

면접자 00(서해안)

“USB 하나에 그도 한 2만 원에서 2만 5천 원 정도 … 6기가, 4기가, 8기가 다 있어요.”

3) 지금은 알판 아닌 USB 시대

최근 북한 주민들은 승인되지 않은 영상물을 시청하기 위해 USB를 가장 많이 구입하는 것으로 나타났다. 지금은 CD 등의 알판 시대가 아니고 USB 시대라고

응답하기도 했다. 고용량 USB도 염가에 나오고 있어 드라마 같은 것도 메모리 하나에 많은 양을 복사해서 볼 수 있다는 답변이 있었다. 결국 USB 등 저장매체의 발달로 외부 문화 확산 속도가 과거보다 훨씬 빨라졌고, 정보 공유방식에서도 큰 변화를 보인다.

면접자 oo(동해안)

“지금 시대에는 사실 알판 시대가 아니고 USB 시대고, 2010년도 그때는 막 알판이 막 많이 ... (지금은)CD는 거의 안 보고 ... 노트텔 사용했을 때는 알판(CD, DVD), 그다음에는 ... 이제 USB로 막 잡고 이제 복사하면서부터는 거의 나 USB를 사용해서 많이 봤었어요.”

면접자 oo(평양)

“지금 다 USB로 돌아가니까 ... CD보다는 그래도 USB가 훨씬 더 많았던 것 같아요.”

다. 외부영상물 시청에 대한 통제 강화

북한 당국의 주민 통제는 사상·문화 통제를 법제화한 “반동사상문화배격법” 제정(2020년 제정) 이후 강화되고 있는 것으로 조사되었다. “반동사상문화배격법”은 외부콘텐츠를 시청하거나 유통하는 등 외부 사상·문화 유입을 금지하고, 위반 시 처벌을 실시하도록 하고 있다.

관련하여 북한은 2020년경에 반사회주의·비사회주의 현상을 단속하기 위한 특별기구로서 “반사회주의·비사회주의 연합지휘부”를 조직하였다. 이 조직은 “82상무, 84상무”라는 명칭으로도 불리운다. 82상무, 84상무는 중앙당의 지시 아래 중앙과 지방(도, 시, 군)에 설치되어 있는 것으로 조사되었다. 한편 2004년부터 활동해오고 있는 미디어 통제검열조직인 “109상무(또는 109그루빠)”도 있다. 이들 간 역할의 차이점을 살펴보면 불법 영상물과 출판물 등의 단속을 목적으로 활동하는 109상무와는 달리 82상무, 84상무는 외부콘텐츠 유포나 시청, 외부정보 유

입과 같은 반사회주의적 요소는 물론 부정부패, 밀수, 불법휴대전화 사용, 외부문 화물 소지 등 ‘비사회주의적’ 요소를 감시, 단속하는 역할을 수행한다. 82상무와 84상무의 차이점은 82상무가 군대 소속이 아닌 일반 사회인을 대상으로 활동한다면 84상무는 주로 군부대 소속 사람들을 대상으로 활동한다.

제 4 절 통신기기 구매 및 보유 경험

1. 유선전화 구매 및 보유 경험

가. 유선전화 구매 및 설치

1) 고액의 전화선 설치비, 손전화 구입 비용보다 비싼 경우도

유선전화 설치 시 비용이 드는 부분은 번호를 받을 때, 번호를 등록할 때, 기기 값, 설치비 등으로 확인된다. 번호(허가) 비용이나 전화기 구매 비용은 비싸지 않지만, 설치비가 비싸다고 답변하는 경우가 많았다. 설치비는 모두 사용자가 부담하기에 유선전화 설치비가 손전화 구입 비용보다 비싸다고 인식하기도 했다.

고액 설치비에 따라 전화를 새로 설치하지 않고 기존의 전화선을 공동으로 사용하는 ‘쁘락치(쁘락치)’ 형태로 설치하는 경우도 있었다. 전화가 있는 집에 회선을 따서 쓰면서 기존 회선 보유자에게 일정 정도 비용을 주는 것이다. 불법이고 공동으로 전화를 사용한다는 불편함은 있지만 전화선 설치 비용이 많이 들기 때문에 나타난 설치 형태이다.

면접자 oo(서해안)

“유선전화는 처음에 설치할 때 설치할 때 비용이 많이 들어가요. 설치비는 많이 들어가고 사용하는 중간 요금, 월 납부하는 금액이 작거든요. ... 내가 원선을 갖고 있다면 내가 내는 거 외에 이 사람들은 나한테 그냥 뿌락치 따가지고서 쓰니까요. ... 기본적으로 집이 좀 멀리 떨어져 있어서 동네하고 좀 떨어져 있으면은 케이블 선 길이 때문에 값이 더 붙어오는 거예요. 그러니까 어떻게 되면 이게 휴대폰 값보다 더 비싸지기도 하죠.”

면접자 oo(동해안)

“그렇게 싸지도 않아요. 유선전화선 값이 또 있어가지고 설치비가 비싸요. ...

잘 사는 사람도 유선전화를 다 설치하지 않아요. 간부들은 국가에서 설치해 주니까 다 있어요. 어떤 사람들은 유선전화를 설치하는 데 대부분은 안 할 거예요. 그리고 이제 브락치라고 해서 쓰는 거예요.”

2) 거리가 멀수록 비싼 설치비, 지역 격차 유발

설치비는 전화국과의 거리에 따라 부과된다. 전화국과 멀어질수록 부담해야 하는 비용이 큰 것이다. 따라서 도시지역보다 리 단위 등 농촌 지역의 유선전화 설치 비용 부담이 훨씬 더 크며, 이는 농촌 지역의 유선전화 설치의 저해요인이 되고 있다. 특히 농촌 지역은 이동전화 보급율도 낮아서 유·무선 전화 모두 연결이 어려운 지역이 있다는 것을 확인할 수 있었다.

면접자 oo(서해안)

“그걸 군에서부터 유선전화기 이렇게 해가지고 줄을 늘여서 우리 집에까지 와야 된다고. ... 거기서부터 이렇게 끌어오는 전화선이 얼마가 든다 이게 나와야 그걸 쪽 같이 해서 이렇게 해서 연결해서 우리 집까지 하는데, 촌에 있는 사람들이 유선전화기를 왜 가지고 있노?”

면접자 oo(서해안)

“유선전화는 대개 시골에는 없고요. 도시에만 있죠. 도로나 군까지 군까지는 있는데 대개 장사하는 집들은 다 있어요. ... 설치 비용이라고 하면 그게 또 다 공평하지 않은 게 유선전화기 선 길이 때문에 값이 차이가 나요. 그러니까 우리가 사는 집이 이 한마디로 변화가에서 많이 떨어져 있는 좀 붙 빠진 곳에 살고 있다 그러면 그 변화가에서부터 연결된 케이블 선이 우리 집까지 와야 되는 거예요. 그러니까 몇백 미터가 연장되고 하면 그냥 그 미터당 돈인 거죠. 그냥 이게 붙어나는 거예요. 그러니까 이게 중심가에 변화가 중심에 산다면은 그저 뭐 연결해 버리면 케이블이 몇 미터 안 되니까 그건 저렴하죠.”

한편, 평양 거주자 경우는 전화선 설치 비용보다 허가 비용이 더 많이 든다고 말했다. 이는 전화국과의 거리가 가까워 전화선 비용보다 허가 비용이 더 많이 드

는 것으로 느꼈기 때문으로 보인다.

면접자 oo(평양)

“전화국 분국 기계실이 한 동네에 몇 개씩 분포돼 있는데 그 기계실에서부터 우리 집까지 거리가 멀면 그 전화선 비용을 내야 돼요. 그래서 그 비용이 좀 발생하는 거죠. 근데 그 비용보다는 신청해서 실제 허가가 나오는 데까지 비용이 좀 더 비싸죠. 거기는 그래요.”

나. 유선전화 보유

1) 응답자마다 차이나는 유선전화 보유율

설문조사 결과 응답자 10명 중 5명이 집에 유선전화가 있다고 응답하였다. 응답자는 평양에 거주하거나 손전화가 안 되는 지역(량강도, 황해남도)에 거주했다는 특징이 나타났다.

면접조사 시 가구당 유선전화 보급률은 응답자에 따라 차이가 나타났다. 평양의 경우 주변에 1~2가구 빼고 모두 유선전화가 있었다고 응답했다. 서해안지역의 경우 도시는 약 50%, 리 단위는 약 20%라고 응답했다. 동해안 지역에서는 약 30%라고 응답했다.

면접자 oo(평양)

“(친구네 집들에는 다 유선전화가) 있었어요. 없는 친구들 가끔 한두 명 있었고 거의 다 있었어요.”

면접자 oo(서해안)

“유선전화 보유 수는 많아요. 상당히. ... 뭐 퍼센트로 따지자면 한 50% 정도는 유선전화를 갖고 있죠.”

면접자 oo(서해안)

“유선전화는 한 100% 중에서 한 20% 정도 있었어요.”

면접자 oo(동해안)

“저희 살던 곳에는 대략 30% 정도 있었던 것 같아요.”

2) 사용량에 따른 요금 부과

유선전화는 사용량에 따라 요금이 부과되는 것으로 조사되었다. 한 달 사용 요금은 응답자에 따라 6,000원~20,000원까지 다양했다. 시기에 따라 유선전화 요금이 올라 비싸게 느껴지기도 했다고 응답했다.

면접자 oo(서해안)

“전화 사용에 따라서 달라요. 가격이 저는 항상 한 달에 2만 원, 1만 5천 원에서 2만 5천 원까지 냈어요. ... 체신소에서 전화 사용한 거를 얼마큼 사용했으니까 이번 달은 얼마 지불해야 됩니까라고 통보가 와요.”

면접자 oo(동해안)

“오히려 그게 사용비가 좀 나가요. 그리고 지금은 특히나 더 많이 나가거든요. 통화비를 올려가지고 ... (어머니들이) 전화 들면 2시간이었어요.”

2. 손전화 구매 및 보유 경험

가. 손전화 구매

1) 판매소나 장마당을 통해 손전화기 구입

설문조사 결과 판매소에서의 손전화 구입 경험이 가장 많았다. 면접조사에서 판매소에 대해 질문한 결과 판매소는 개인이 운영하는 전자기기 상점이다. 판매소는 지역의 군 단위까지는 있었지만, 손전화가 안되는 곳에는 읍 단위에도 없다고 응

답했다. 유심 또한 대부분 체신소가 아닌 개인 판매소에서 구입했다.

〈표 4-7〉 손전화기 구입 경로(복수응답)

n=10

구 분	응답자수	비율(%)
손전화기 판매소에서 돈을 내고 구입	7	53.9
장마당을 통해 구입	4	30.8
기관(당국) 직원을 통해 구입 (국제통신국, 체신관리국 등)	1	7.7
기타	1	7.7
일반 지인으로부터 받음(선물이나 교환 등)	0	0.0
각종 행사에서 상품(경품)으로 받음	0	0.0
외국에 다녀온 사람을 통해 구입	0	0.0
합계	13	100

면접자 oo(서해안)

“국가 판매소에 가서 사는 사람들은 없어요. 다 이제 개인이 다 장사를 하니
 까 그쪽에서 다 구입을 하고 ... 전자 상점이라고 그런 데 가면 다 있거든요.
 전자상점은 각 군마다 다 있죠. 하나씩 있을 수도 있고 더 있을 수도 있고.
 리에는 없어요. ... 국가의 간판을 걸지만 다 개인이 한다는 얘가지요.”

면접자 oo(국경지역)

“핸드폰 판매하는 데는 시에 백화점이랑 상점 이런 데 가면 있거든요. 아니면
 개인 집에도 있고 ... 저희 지역에는 읍에 나가도 없어요.”

면접자 oo(서해안)

“유심은 체신국에서 최종 나온 것은 체신국에서 판매를 하는데 이게 ‘정보기
 술교류소’라고도 있고 정보통신 무슨 고려 링크 뭐지 근데 아무튼 여기에서
 그러니까 근원지는 체신국에서 먼저 나왔는데. 거기에 개인 장사꾼들이 가서
 도매를 받아다가 본인들이 소매를 하는 거예요. 한 5달러 내지 10달러 정도
 를 붙여가지고서 소매를 하는 거예요. 그러니까 내가 체신국에서 유심을 사

려면은 시간이 오래 걸려요. 신청을 하고 거기에 나한테 한마디로 당첨 돼가지고 나한테 나오는 시간이 빠르면 3개월 늦으면 6개월 걸려요. 그렇기 때문에 장사꾼들한테 사는 게 제일 빠르거든요.”

판매소 외에는 장마당에서 구입했다. 그런데 장마당은 타인 명의로 개통된 걸 판매하는 경우가 많다. 이에 따라 손전화를 안전하게 사용하려면 명의를 정정해야 하는 절차가 필요했다. 명의를 정정하지 않으면 ‘선택 검열’이라고 해서 기지국에서 확인 후 전화 이용을 차단하는 일이 발생하기도 했다.

면접자 oo(서해안)

“장사꾼들은 이런 체신국 같은 데 체신소 같은 데서 신청을 해가지고 수십대를 받아 올 때, ... 이 사람은 핸드폰을 가져본 적도 없는 사람인데 이 사람의 명의를 빌리는 거예요. 명의를 도용하는 거죠. 그래가지고 술한 사람의 명의를 가지고 가서 그 사람의 명의를 그냥 대신도 해요. ... 그러면 나는 다른 사람의 명의로 된 핸드폰을 가지고 와서 써요. 일단은 사서 쓰는데 이거를 사와서 내가 안전하게 쓰는 방법은 ... 체신소에 가서 내 이름으로 등록을 해버리는 거예요. 명의 변경이라고 하거든요. 그렇게 해서 써야지 안전하거든. 그러니까 이게 왜 안전, 불안전을 말하냐면 내가 다른 사람 이름으로 된 걸 가지고 와서 바쁘니까 내가 시간적으로 바쁘니까 빨리 못 가고 계속 쓰고 있어요. 쓰고 있는 기간이 몇 달 됐어요. 그럼 어느 날 선택 검열에 걸린 거예요. 그러면 기지국에서 전화가 와요. 평양시 기지국이라는 데서 전화가 나한테 와서 저는 평양시 이동통신 기지국 누구 지도원입니다. 누구 누구님 되시죠? 누구 이름이라고 하는데 이 전화번호에 있는 등록되어 있는 사람 이름을 얘기하는 거야. 그러면 난 누구 누구 아닌데 그러면 ... 선생님 너무 미안한데요. 제가 바빠가지고 뭐 이렇게 이야기를 하는 거예요. 그러면 일단은 막아버려. 못쓰게 핸드폰을 차단해요. 차단되면은 이게 6개월 있다 열려요.”

공식 판매소인 체신소에서 구입한 경우도 있었다. 체신소에서 손전화 구입 시 여러 신청 서류가 필요하다.

면접자 oo(평양)

“공식 판매하는 그런 과정을 거쳐서 샀습니다. 그냥 체신소에서 팔아주지 않습니까? 그거 휴대폰 신청할 때에 회사에서 도장을 받아야 되고 담당 보안원에게서 도장을 받고 뭐 이런 과정이 있단 말이죠. 근데 우리 회사 통계원이 또 자기가 나서서 다 해주겠다고 해가지고, 그 친구한테 맡겨가지고 돈 좀 주고 해서 우리 회사 직원들 다 같이 도장 받아오고 해서, 사는 것까지 다 그 친구가 해주더라고요. 그래서 저는 아예 손가락 하나 까딱 안 하고 그 친구가 다 해주었습니다.”

2) 대중적인 브랜드

면접조사 결과 막대폰, 스마트폰을 막론하고 다양한 모델과 브랜드들이 빠르게 출시되었다고 응답했다. 이는 여러 회사에 개발 권한을 주면서 나타난 현상으로 이해된다.

〈표 4-8〉 손전화기 이용 브랜드(복수응답)

n=10

구분	응답자수	비율(%)
평양	6	54.5
푸른하늘	2	18.2
아리랑	1	9.1
기타	2	18.2
청송	0	0.0
화원	0	0.0
진달래	0	0.0
길동무	0	0.0
마두산	0	0.0
묘향	0	0.0
소나무	0	0.0
삼태성	0	0.0
합계	11	100

면접자 oo(평양)

“체신성이 핸드폰 제작을 옛날에 자기네가 독점했는데 그것도 가져갔습니다. 옛날에는 핸드폰 제작까지도 가지고 있었는데 그게 점점 힘 있는 기관들이 떼가기 시작했단 말이죠. 그러니까 우리도 핸드폰 만들겠다, 우리도 만들겠다, 해서 지금은 체신성도 만들고 중앙당 91국이라고 해서 아리랑 핸드폰이 91국에서 만드는 것이고요. 그다음에 뭐 지금 뭐 많이 나오고 있지 않습니까? 여러 가지, 그다음부터 너도 나도 만들기 시작한 거죠. 핸드폰을. ... 그 정도로 휴대폰 제작을 누구누구나 다 허락해 주다 하니까 많아진 겁니다.”

면접자 oo(평양)

“핸드폰이 진짜 너무 빨리빨리 나왔어요. 그냥 나오자마자 한 달 만에 다른 게 또 나오고 또 한 달 만에 또 나오고 이렇게 너무 빨리빨리 나오니까..”

가장 대중적인 스마트폰은 평양의 24시리즈다. 2418, 2417, 2421 등으로 불리는 24시리즈는 응답자 중 대부분이 사용한 경험이 있었다. 그 외 아리랑, 푸른하늘 브랜드 사용자도 있었다. 막대폰(피쳐폰)은 미녀자 브랜드를 사용 경험이 있는 것으로 조사되었고, 그 외에 T95, F107 등도 인기였다고 언급했다.

3) 평양은 고려링크, 지방은 강성네트

응답자들은 통신망이 고려망과 강성망이 있으며, 그 외 다른 통신망은 알지 못한다고 언급했다. 응답자들이 가장 최근에 사용한 통신망은 대부분 강성망이었다. 강성망이 나오기 전에는 고려망만을 사용했지만, 강성망 출시 이후에는 강성망으로 많이 가입했다고 언급했다. 심카드 비용이 비싸기 때문에 통신망만을 바꾸는 경우는 거의 없었고 손전화를 새로 바꾸면서 통신망도 변경한 것이 대부분이었다. 응답자 중 한 명은 어느 날인가부터 국가에서 강성망을 개발한다고 강성망을 쓰라고 했으며, 고려망은 지방에 제한을 주기 시작해서 쓰기 불편해졌다고 언급했다.

면접자 oo(동해안)

“처음에는 고려망 했다가 강성망이 이제 나오기 시작하면서 또 제가 강성망으로 바꿨어요.”

면접자 oo(서해안)

“제일 처음에 들어온 게 고려망이 먼저 들어왔거든요. 고려망을 사람들이 한 동안 쓰다가 어느 날부터 강성망이라는 거를 개발한다고 사람들에게 강성망을 써라 바꿔라 해서 ... 사람들이 비싼 돈을 들여서 거금을 들여서 산 심이기 때문에 ... 제한 기간이 어느 지역은 언제부터 언제까지, 그러니까 대개 처음에는 한 달에 일주일씩 제한을 줬는데 나중에는 보름까지 제한을 주더라고요. 하다 보니까 내가 그 지역에 살고 있는 상태에서 이 핸드폰을 쓰려면 한 달에 보름밖에 사용을 못 하잖아요. 그러니까 야 이거 못 쓰겠다 이거 틀렸다 이거. 그러니까 이거를 점차 사람들이 팔아먹는 사람도 있고 팔자니까 값이 싸진 거예요. 싸게도 팔고 이 강성망이 한마디로 195 핸드폰을 사기 시작한 거예요. 유심을. ... 요즘은 195 전화번호로 시작된 그 핸드폰 쓰는 사람이 많다고 보면 되죠.”

그러나 평양 거주자는 모두 고려망을 사용했고, 그 외 장사를 하는 사람 중에 고려망 사용자가 있었다. 응답자들은 평양과 대도시에서는 아직도 고려망을 주로 쓴다고 언급했다.

면접자 oo(서해안)

“제일 처음에는 191이라는 고려망 유심을 쓰는 사람이 많았는데 전화를 할 때 보면 191전화가 많았어요. 그랬는데 점차적으로 195가 많아진 거예요. 그러니까 북한에는 사실상 191을 쓰는 사람들은 어디에 어느 지역만 많이 쓰냐면 대도시 대도시에서도 기본적으로 평양시. 평양시에서는 그나마 191 체계를 많이 쓰는데 195 체계도 많이 써요. 쓰긴 쓰는데 평양에서는 그나마 평양이라고 그러지 제한을 주지 않더라고요. 평양에는 그런대로 쓰게 하는데 이 지방으로 내려가면서는 이쪽 지역 죽었다 저쪽 지역 죽었다 이걸 반복해

주니까 쓸 데 있고 못 쓸 때 있는 거죠.”

면접자 oo(서해안)

“그래도 191은 평양 시내하고 시내 사람들은 또 191을 또 쓰죠. 191을 또 버리지 못하지.”

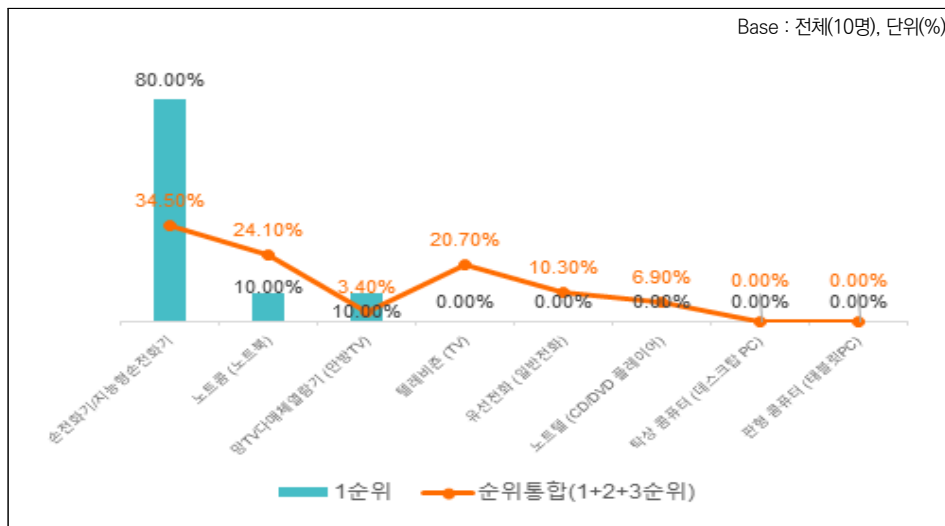
면접자 oo(평양)

“제가 살던 평양의 주변사람들은 거의 191을 쓰고 장사하시는 분들은 거의 195를 많이 쓰셨어요.”

4) 여전히 비싼 손전화 구입 비용, 대북제재·코로나 영향으로 가격 변동

설문조사 결과 다양한 방송·통신 기기 중에서 구입 비용이 가장 많이 든 기기로 손전화를 꼽았다. 손전화가 워낙 비싸다 보니 돈이 없는 사람들은 장기간 돈을 모아 겨우 한 대를 구입한다고 언급했다. 또한 손전화 기기뿐만 아니라 심카드 비용도 만만치 않다고 언급했다.

[그림 4-1] 구입 비용이 큰 매체



면접자 oo(서해안)

“비싼 돈을 들여서 거금을 들여서 산 심이기 때문에 심값이 엄청나게 비싸요. 우리나라에 값이 없잖아요. 값이 없어요. 근데 저기는 엄청나게 비싼 거예요. 심 값이.”

2016년 대북제재 강화나 2020년 코로나-19로 손전화 가격 및 품질에 영향을 미쳤는지 면접조사 시 조사했다. 조사결과, 제재 이후에 품질 차이 변화에 관해 인식하는 사람은 없었으나, 새로운 기체가 잘 나오지 않았던 것 같다고 응답했다. 제재나 코로나 때에는 환율이 오르면 손전화 가격도 올랐다고 회상했다.

면접자 oo(서해안)

“일단 대북 제재가 있으면서 영 타격이 없는 건 아니에요. 핸드폰 새로 나온 기체가 별로 없었고, 다 기존에 이제 나온 기체들을 주로 판매했어 가지고. 가격에서는 별로 차이가 없었는데 2426 같은 경우에는 엄청나게 올랐었어요. 좋은 핸드폰은 물론 가격이 오르긴 했었죠. ... 심 가격은 코로나 때에도 별로 파동이 없었지만, 기체에 있어서는 조금 핸드폰 같은 경우에는 파동이 조금 있었고, 거기서 가장 파동이 심한 건 핸드폰 2426, 2428 이런 게 막 700불이 넘고 막 그렇게 했었던 것 같아요. 코로나 전에는 260불~300불 정도 했었는데 그게 막 700불 2428 같은 경우는 800, 500불 막 이렇게..”

면접자 oo(서해안)

“일단 뭐 밖에서 제재를 좀 한다 하면은 그냥 뭐 달러가 좀 엄청나게 올라가요. 그냥. 달러 환율이 그냥 뭐 예를 들면 뭐 핸드폰 100달러 하던 핸드폰이 그냥 한 150달러 내지 200달러까지 그때 뛰어 올라가죠.”

나. 손전화 보유

1) 응답자 모두 손전화 보유 경험, 지역별 보급률은 상이

설문조사 결과 응답자 10명 중 10명 모두 손전화를 보유한 경험이 있다고 응답했다. 막대폰과 스마트폰이 빠르게 나오고 중고 거래도 활발하여 여러 번 손전화를 바꾼 사람도 있었다.

면접자 oo(서해안)

“스마트폰을 사용하다 보면 해마다 새로운 기종이 나오는 거예요. 그러면 최신폰이 나오면 이거 중고로 팔아먹고 또 새 폰 사서 쓰고, 또 쓰다 가서 또 새 폰이 나오면 또 팔아먹고 세 폰 또 쓰고, 이렇게 1년에 한 번씩은 같은 셈이지.”

면접자 oo(국경지역)

“대부분 2414, 2415도 있고, 2416도 있고, 17도 있고. 약간 이런 식으로 해마다 계속 새로운 것들이 나왔던 것 같아요. 그래서 그냥 여기 사람들처럼 바꾸고 싶은 사람들은 계속 바꾸고..”

그러나 아직 가구당 1대씩 꼭 있다고도 볼 수 없다. 가구당 손전화 보급률에 대해 평양은 80~90%, 함흥, 원산 등 대도시는 60%, 강령, 벽성은 20~30% 정도로 체감한다고 응답했다.

면접자 oo(평양)

“제가 평양을 떠날 때는 사회생활 할 때니까 주변 사람들 거의 다 가지고 있었어요. 없는 사람이 없었던 것 같아요. ... 평양도 그렇게 그냥 매 집마다 하나씩은 있다는 거지 매 사람한테 다 있다는 것은 아니예요. 각 집마다 하나씩 다 있다. ... 어르신들 하면은 좀 잘 사는 집은 빼고 중하층 이런 분들은 그냥 할머니 할아버지가 같이 핸드폰 하나 가지고 사용해요.”

면접자 oo(평양)

“핸드폰은 그래도 한 80~90% 가지고 있었던 것 같습니다.”

면접자 oo(국경지역)

“장사하는 사람 빼고는 많지 않아요. 장사하는 사람들은 그래도 만약에 100명이 장사한다면 한 60% 가지고 있었어요.”

면접자 oo(서해안)

“저희 쪽에는 이제 뭐 100%다 하면은 한 30% 정도라고 해야 되나 그 정도로 그렇게 다 많지는 않았어요. ... 장사를 하거나 뭐 돈이 좀 있는 사람이라거나 직업이 있는 사람이라거나 그렇지 않은 사람 외에는 이제 핸드폰을 가지고 있을 이유가 없었어요.”

면접자 oo(동해안)

“oo(대도시1)하고 oo(대도시2)은 거의 비슷비슷하고요. 그리고 평양이 좀 더 많을 것 같아요. 60% 정도 됐다는 게 좀 더 정확할 것 같아요.”

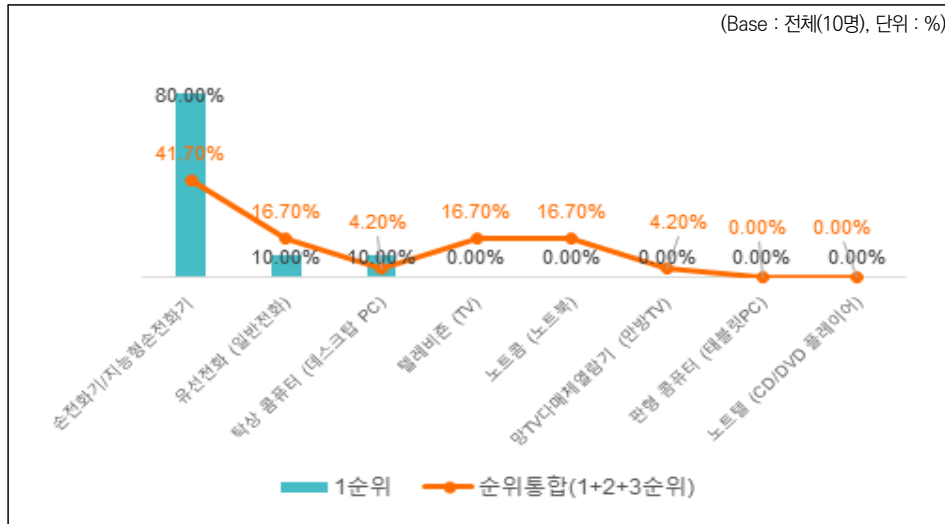
면접자 oo(서해안)

“(집이 10개가 있으면) 동네에 그래서 한 두세 집.”

2) 월별 통화 200분 문자 20개 제공, 이용요금은 응답자 따라 천차만별

설문조사 결과 월 이용료가 가장 많은 기기는 손전화였다. 다른 기기와 달리 월 고정 요금이 있고, 여러 대를 사용하는 사람도 있으며, 앱 구매 등 부가적인 지출도 있기에 이용료가 높았다. 또한 장사를 하는 사람들은 손전화 이용이 많으니 더 많은 이용요금을 지불했다. 월 이용료는 1000원에서 80만원까지 다양했다.

[그림 4-2] 월이용료가 큰 매체



면접 조사 결과 요금을 지불하는 시기나 방식은 응답자마다 달랐지만, 기본 요금제는 월 통화 200분에 문자 20개가 기본으로 제공되는 것으로 나타났다. 여기에 전화돈이 시기에 따라 일정 금액이 제공되었다.

면접자 oo(평양)

“전화요금은 분기에 한번씩 내면 200분 통화와 문자 20개는 월마다 들어오고 전화돈 300~400원은 분기에 한번 들어와요. 200분이나 문자 20개를 내가 다 사용못하면 그냥 날라가는거지 다른 사람한테 줄수 없어요. 오직 돈으로 들어온 300~400원만 다른 사람한테 주거나 팔 수 있고 이월이 돼요.”

면접자 oo(평양)

“북한 돈 2580원이라고 하죠, 그거 200분 통화와 문자 20개, 엄청 작았는데 이거 가지고 아득바득 사는 겁니다.”

면접자 oo(국경지역)

“요금은 한 달에 그때 많이 들어봤자 한 4~5만원, 4~5만원 주고 그래도 거기 중국 돈으로 한 50~60위안 정도 많이 쓸 때. 그것도 작은 돈이 아니었어요. 여기서 생각하면 작은 돈인데. 작게 쓸 때는 뭐 2만원, 3만원”

면접자 oo(동해안)

“한 달에 200분 그리고 메시지 20개 그리고 150원을 줘요. 한달에 천원.”

면접자 oo(서해안)

“저희는 그냥 5천 원 냈어요. 그냥 근데 거기서 초과되면, 네 초과되면 조금 더 내야 되는데 저희는 이제 집에서 유선 전화 기본 쓰고 이제 밖에 나갈 적마다 쓰고 이러기 때문에 ... 내가 그 5천 원을 내고 내가 사용한 그러니까 그게 분이 200분에다가 메시지 몇 개에다가 이렇게 있거든요.”

면접자 oo(서해안)

“나 같은 경우에는 한 달에 어떤 때는 그냥 평균 한 80만 원 정도 쓰던 적도 있어요. 그러니까 이때는 그만큼 이런 장사를 많이 할 때인 거죠.”

제 5 절 통신 목적 이용 행태 분석

1. 유선전화 통신 이용 행태

가. 통신 사용 목적

1) 주로 가족 및 친구와의 연락을 위해 이용

설문조사 결과 유선전화는 대부분 가족, 친구와 연락하기 위해 이용하는 것으로 나타났다. 유선전화 사용 용도 응답에서 유선전화 유경험자 6명 중 3명은 ‘가족과 연락하기 위해’, 2명은 ‘친구와 연락하기 위해’ 유선전화를 이용한다고 응답했다. 1~3순위를 통합한 결과에서도 ‘가족과 연락하기 위해’와 ‘친구와 연락하기 위해’ 응답이 가장 많았다.

2) 장사도 유선전화로

심층면접 결과 지역에 따라 손전화가 안 되는 곳이 있었다. 대부분 중국이나 한국과 인접한 지역이었다. 이런 경우 장사도 유선전화로 한다고 응답했다. 애초에 유선전화를 설치하는 집은 장사를 하는 집일 가능성이 높다고 보았다.

면접자 oo(국경지역)

“저희 군은 중국이랑 너무 가까이에 있어서 핸드폰이 안 터지는 군이거든요.
... 그래서 장사도 다 집 전화로. 유선전화로.”

면접자 oo(국경지역)

“그러니까 이제 그러니까 원래 유선전화를 먼저 장사하던 사람들이 먼저 유선전화를 쓰다가 발전돼서 이제 그 핸드폰을 쓰는 거죠. 유선전화도 장사하는 사람들 위주로 갖고 있는거죠. 장사 안 하는 사람들이 굳이 유선전화 필요 없으니까, 달마다 돈을 내야 되는데.”

면접자 oo(서해안)

“전연 지역이라서 그리고 저희 쪽에는 이제 핸드폰도 안 되거든요. ... 그러니까 저는 (유선전화를) 이제 장사 목적에서 했는데, 평남도하고도 하고 평양 쪽으로도 전화를 하고.”

손전화가 되는 지역도 유선전화로 장사와 관련한 통화를 한 경험이 있었다. 이는 다음으로 살펴볼 통신료와도 연관이 있었다. 따라서 장사를 해도 손전화 말고도 유선전화가 꼭 필요하다고 응답했다.

면접자 oo(서해안)

“필요하죠. 유선전화를 더 많이 써요. 핸드폰보다. ... 내가 이제 거래 문제로 인해서 약간 트러블이 생겼다거나 혹은 물량이 좀 많은 거래를 해야 되거나 이렇게 될 때는 말이 좀 길어져야 될 것 같고. 긴 말을 하려면 아무래도 손전화 분이 많이 날아갈 것 같고 하니까 그럴 때는 ... 유선 집으로 가거나 혹은 전문 유선을 빌려주면서 돈 받고 하는 그런 매대 같은 데 가서 내가 뭐 1시간에 얼마 낼게 하고 싶어 하고 그거 빌려서 그냥 그냥 주구장창 전화하죠.”

나. 통신 이용 행태

1) 비교적 저렴한 통신료로 긴 통화는 유선전화 이용

손전화는 월별 통신 가능 시간이 적고 통신료도 비싸다. 따라서 피응답자들은 유선전화 사용이 가능할 때는 유선전화를 이용한다고 답했다. 손전화가 가능한 지역도 비용 때문에 유선전화 이용을 더 많이 한다고 했으며, 장사 외에도 안부 전화 시에도 유선전화 이용이 가능하면 유선전화를 이용했다.

면접자 oo(서해안)

“핸드폰은 요금이 비싸요. 돈이 많이 들어가는데 유선전화는 요금이 싸거든요. 그러니까 내가 아무리 많이 해도 유선전화 요금을 내는 게 낫지. 핸드폰

요금 내는 것보다 그게 낫거든요. 그래서 유선전화를 더 많이 이용하죠.”

면접자 oo(평양)

“유선전화요? 친구들과 가족들과 연락할 때는 핸드폰 있어도 유선전화 쓰죠. 핸드폰은 200분으로 제한이 되니까 아깝고 그러면 대부분 유선을 하죠. 그때는 유선 더 많이 씁니다.”

면접자 oo(동해안)

“핸드폰도 많이 쓰고 이제 통화가 길어지면 유선으로 편하게 쓰죠.”

2) 유선전화 미보유 시 체신소 이용

손전화가 없거나 집에도 유선전화가 없는 경우에는 가까운 거리면 직접 가서 말을 전했고, 먼 지역의 경우에는 대부분 체신소를 이용했다. 이용요금은 응답자마다 기억이 달랐지만, 북한돈으로 1분에 약 100~200원 정도인 것으로 확인되었다.

면접자 oo(서해안)

“핸드폰 사기 전에 유선전화도 없었으니까 가서 찾아가야만이 말로 할 수 있고, 뭐 이렇게 전달도 할 수 있고 하니까. ... 체신소에 그거 하는 게 있으니까 하면 1분에 단가는 비싸지 않아요. 그래서 1분에 100얼마씩 주고서 그 전화를 하게 하고, 2분 되면은 200 얼마가 되게끔 이렇게 분으로 해서 그렇게 해서...”

면접자 oo(국경지역)

“안 가지고 있으면 그 체신소 가서 전화를 해야 되니까. 체신소 가서 전화를 하면 값이 싸긴 싼데 체신소까지 가기가 좀 불편하니까 ... 서로 교환수들이 있잖아요. 그래서 서로 이렇게 알려주는 거죠 ... 1분당 200원 그러니까 거기 돈으로 200원, 북한 돈으로 변하지 않고 우리 때는 200원이 고정이었어요.”

직장에는 대부분 유선전화가 있었지만 대부분 업무용으로 사용하고, 개인적인

연락으로 이용하는 경우는 드물었다. 직장 전화를 쓰는 것은 양해를 구하는 경우 이용했다.

면접자 oo(평양)

“옛날에 핸드폰 없는 친구들이 있을 때에는 그 친구들은 뭘 연락하려면 핸드폰 없으니까 이렇게 사무실로 들어가서 전화 좀 쓰겠습니다 이렇게 하는데 그거 쓰는 것도 눈치 보인단 말이죠. 그러니까 조금 힘들게 썼던 것 같습니다.”

2. 손전화 통신 이용 행태

가. 통신 사용 목적

1) 장사와 가족 연락을 위해 이용

설문조사 결과 손전화를 주로 어떤 용도로 이용했는지 1~3순위를 묻는 질문에 1순위에서 가장 많이 꼽은 것은 장사, 그다음은 가족과의 연락이었다. 1+2+3순위를 모두 종합한 결과에서는 가족과의 연락이 가장 높았으며, 그다음은 친구와의 연락과 장사 목적은 동률이었다. 면접조사에도 이와 같은 응답을 보였다. 즉, 손전화 통신은 대부분 주변 사람들과 장사를 위해 사용하는 것으로 나타났다.

면접자 oo(서해안)

“기본은 장사 때문에 한 거죠.”

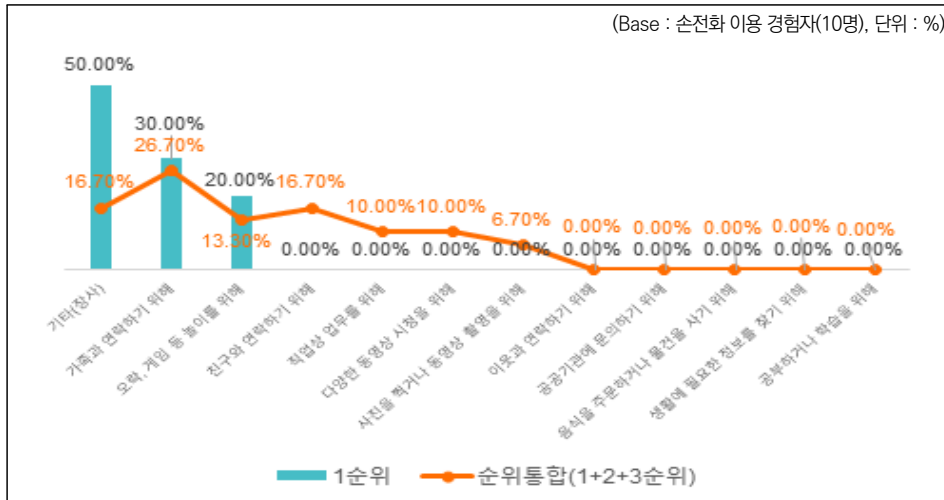
면접자 oo(평양)

“친구들이랑 많이 했는데 일 때문에도 많이 했어요.”

면접자 oo(동해안)

“전화는 친구와 부모님과 하고 그랬어요.”

[그림 4-3] 손전화 이용 용도



2) 문자는 간단하게 이용

문자 기본 제공이 한 달 20개로 적은 편이어서 응답자들은 주요하게 필요할 때 만 문자를 보내었다. 전화로 하기 어려운 내용을 전달하기도 하고, 친구와 소통하는 데 사용하는 등 각자의 상황에 따라 유용하게 문자를 사용했다.

면접자 oo(국경지역)

“문자 메시지요? 이 내가 옆에 이렇게 사람들이 있는데 이 장사라는 게 그런 게 있잖아요. 야 이게 얼마야 이렇게 물어봐야 할 소리 있고 남이 듣지 말아야 될 소리 있잖아요. 그때 야 이게 지금 이런 물건이 있는데 어떻게 해야 되냐? 이렇게 그런데 문자메시지를 썼던 거지.”

면접자 oo(국경지역)

“문자는 저희는 카톡 이런 게 없어 가지고 그냥 진짜 진짜 문자로만 할 수 있거든요. 그 친구들끼리 생일 축하할 때. ... 20개가 너무 적으니까 문자는 무조건 친구.”

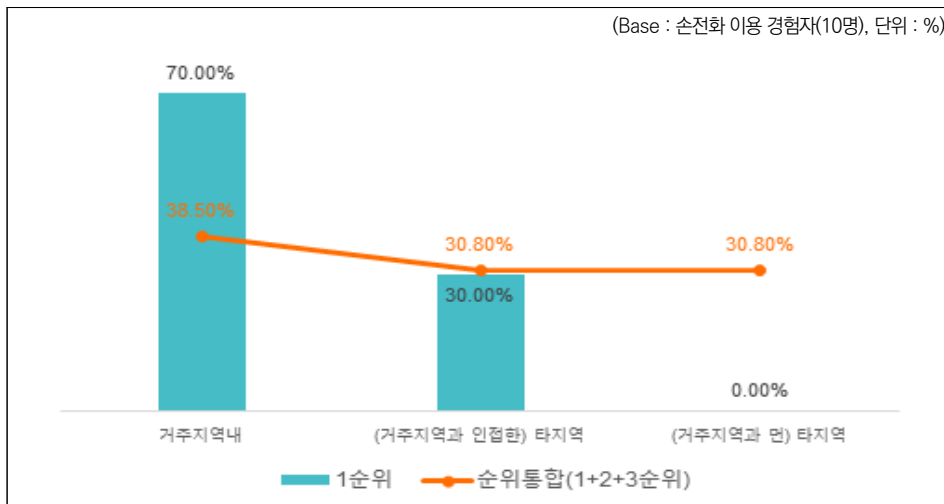
면접자 00(서해안)

“단문 통보문 20개가 들어오거든요. 들어오면 내가 이거를 쓰다 가서 장사를 많이 하는 사람은 이것도 모자라요. 엄청나게 모자라거든요. 근데 장사가 아니라 그냥 가족들끼리 안부 전화나 여쭙고 하는 사람들은 오히려 남아요.”

나. 통신 이용 행태

1) 주로 거주지역 내 통화

[그림 4-4] 손전화 이용 지역



손전화로 하는 통화는 대부분 거주지역 내였다. 손전화 이용 지역을 묻는 설문 문항에서 응답자들은 1순위, 1+2+3순위에서 모두 거주지역 내에서 통화를 가장 많이 했다고 응답했다. 장사를 하거나 대학생, 군인 등 지역을 옮겨야 하는 상황이 아니면 대부분 거주지역 내 지인들과 통화하는 것이 대부분이었다.

2) 모자라면 충전해서 이용

전화나 문자가 모자라면 장사꾼들에게 전화돈을 사서 충전하여 사용할 수 있었다. 이용이 많은 사람은 대부분 추가로 돈을 지불하고 사용하고 있었다.

면접자 oo(동해안)

“전 돈을 사면 그게 문자로 전환될 수 있어 가지고 돈으로 사서 문자했어요.”

면접자 oo(서해안)

“국가에서 정기적으로 주는 단문 통보문 20개 그다음에 200분에 그다음에 150원을 다 쓰고도 모자라니까 이자 같이 개인들이나 혹은 전문적인 장사꾼 들한테 100원에 1만 원씩 주고서 돈을 계속 사 쓰는 거예요.”

제 6 절 통신 목적 외 이용 행태 분석

1. 손전화 기능 이용

가. 기본 부가 기능 활용

1) 가장 이용이 많은 게임

손전화 이용 용도 설문 결과([그림 4-3] 참고)에 따르면, 손전화 이용 용도 설문에서 통신 목적 외에 가장 많이 꼽은 것은 '오락, 게임 등 놀이를 위해서'였다. 면접조사 시에도 대부분이 시간을 보내거나 재미를 위해서 게임을 했다고 응답했다.

면접자 oo(평양)

“그냥 대부분 게임만 ... 문자하고 게임하는 게 그거죠. 전화하고.”

면접자 oo(국경지역)

“거기 게임도 있었어요. 어쨌든 게임은 했어요. 그리고 우리 딸도 그 게임을 했거든요. 내가 하니까.”

면접자 oo(서해안)

“잘 하기는 하는데 근데 일단 그게 또 맛을 들이면 막 이러면서 해야 돼가지고 ... 일단 그 게임에 손을 대면 좀 한 2시간 1시간 정도는 했어요.”

면접자 oo(평양)

“우리 아버지 어머니만 봐도 그냥 처음에는 이렇게 막대기 핸드폰을 쓰셨는데 제가 집에 들어가면 제 핸드폰을 달라고 그걸 가지고 게임을 하세요.”

면접자 oo(서해안)

“아~ 일 안 하고 그것만 해요. 그냥 그것만 붙잡고 있어요. 그냥 게임만 하고 있어요.”

2) 사진 촬영도 일상적으로

면접조사 결과 일상적으로 사진 촬영도 많이 했다. 동영상 촬영 보다는 사진 촬영을 많이 하는 것으로 응답했다. 사진 촬영 때는 지도자 초상화가 찍히면 안 되고 찍혀도 손전화에 저장하면 안 된다고 했다.

면접자 oo(동해안)

“통화나 문자 그리고 열람 그거 이제 뭔가 영화 봤었고. 뭐 그런 거 밖에는 영상 찍고 하는 것도 별로 잘 안 했어요. 저는 사진 찍고, 사진 많이 찍었다.”

촬영된 사진은 대부분 손전화에 보관하지만, 젊은 세대들은 이동하여 별도의 저장매체에 저장하기도 하고 블루투스를 활용해 주고받기도 했다.

면접자 oo(평양)

“사진은 찍으면 SD 카드로 옮길 수 있어요. 노트북에다 저장해요.”

면접자 oo(평양)

“사진도 주고받고 그렇게 해서 블루투스 활용률이 꽤 높습니다.”

3) 손전화로 공식 영상 보기도

면접조사 결과 손전화로 시청한 영상은 대부분은 중국 영화 등 공식적으로 허용된 영상이었다. 한국 드라마나 영화 등 불법 영상은 본 경험이 적었다.

면접자 oo(서해안)

“보기는 하죠. 저는 핸드폰에다 한국 드라마를 보는 거는 한 번도 없었어요. 중국 영화나 뭐 이런 거는 봤는데 ... 한국 거는 절대로 안 봐요.”

면접자 oo(서해안)

“스마트폰은 가끔씩 미디어도 시청하게 되고 또 이걸로 게임도 하게 되고..”

나. 최신 기능 활용 여부

1) QR, 온라인 결제 이용 경험 없음

최근 평양이나 특정 도시에서 손전화 앱을 통해서 카드결제를 하거나 QR코드를 찍어 전자지갑을 활용한다는 내용이 보도되었다. 조선중앙TV '수자경제와 이동통신'에서도 QR코드를 찍어 전자지갑으로 넘어가는 장면이 나왔다. 그러나 응답자 중에서 이런 기능을 사용해 본 사람은 없었다.

면접자 oo(서해안)

“(결제 기능) 없어요. 북한이 무슨 그걸 도입한다고는 계속 얘기 나오는데 도입 한 건 못 봤어요.”

면접자 oo(국경지역)

“(QR 찍어서 결제, 전자지갑으로 넘어가거나 그런 것도 개발한다고 하는데) 들어본 적 없었어요.”

면접자 oo(동해안)

“(핸드폰에 결제 기능이 있는지) 없죠.”

2) 카카오톡 같은 메신저 이용 경험 없음

남한의 카카오톡과 같은 북한 자체 메신저 프로그램을 개발 중이라는 내용이 보도되었으나 이를 실제로 보거나 이용한 사람은 없었다.

면접자 oo(2023년 이탈)

“저 있을 때는 그런 건 없고 그냥 문자만 이제 왔다 갔다 했고 카카오톡은 없었어요.”

면접자 oo(2023년 이탈)

“못 봤어요. 개발 중이라는 말도 못 들어 봤어요.”

2. 앱 설치 및 이용

가. 앱 설치 방법

1) 정보기술교류소, 체신소를 통해 앱 설치

면접조사 결과 최근에는 손전화에 기본 앱으로 탑재되어 나오는 것들이 많았다. 이는 손전화 개발과 더불어 프로그램 개발을 여러 회사에 허가해주어서 나온 결과로 풀이된다.

면접자 oo(평양)

“원래 깔려 나오는 게 있고 계속 깔아야 되는 게 있는데, 스마트폰이 그게 보편화되기 시작하면서부터 거기에 IT 회사들이 게임이나 어플 개발들을 시작했던 말이죠. 그렇게 하고 최신 휴대폰 파는 회사하고 계약을 해가지고 우리 게임을 여기다 넣어서 판매해줘 그리고 휴대폰 제작회사들은 콘텐츠를 제공 받는 대신에 그 돈을 준단 말이죠. 그래서 아예 일괄로 폰 나갈 때에 설치돼서 나가는 것들은 일괄로 판매되는 거란 말이예요. 이걸 거기다 통으로 팔아 넘긴 거란 말이죠. 그렇게 계약을 해가지고 그러면 그렇게 안 한 회사들은 단품으로 팔죠.”

손전화 출시 당시 기본 앱으로 설치되지 않은 앱들은 사용자들이 따로 구매하여 설치했다. 앱은 주로 정보기술교류소를 통해 설치했다. 체신소를 통해 설치했다는 응답자도 있었다. 정보기술교류소는 앱 뿐만 아니라 영화, 드라마 등 다양한 디지털 콘텐츠를 판매하고 있다. 정보기술교류소는 국가의 간판을 걸고 개인이 운영하는 곳으로 인식하고 있었다. 앱은 유선으로 연결하여 설치되었고, 콘텐츠의 경우에는 잠금을 풀어주는 형식으로 이용할 수 있다고 언급했다.

면접자 oo(평양)

“영화를 볼 수 있는 그 앱을 정보기술교류소 가서 앱을 구입해서 공연도 보고 TV도 보고 그냥 들고 다니면서 봤어요. 돈주고 사니까 언제든지 볼 수 있을 때 보면 되니까..”

면접자 oo(동해안)

“정보기술교류소라고 생겨서 거기서 영화 한 3천 원 내면 다운 받아요. 아마 18년도 그 정도 생겼을 거예요. 한 세네 개 있던데요. 그런 게 또 개인이 많이 운영해요. 명판은 나라 간판을 걸고 이제는 개인이 운영하고.”

면접자 oo(서해안)

“채신소에 가서 ... 돈을 내고 설치를 해야 돼요.”

2) 지인을 통한 앱 설치

지인을 통해 앱 설치하는 경우도 있었다. 설치파일을 블루투스나 sd카드를 통해 복사하여 설치하는 것이다. 이런 경우 공짜로 받은 일도 있고 때에 따라 돈을 지급하기도 했다.

면접자 oo(평양)

“게임 같은 거는 이렇게 북한 핸드폰이 블루투스 라는 느낌이 있어서 이렇게 서로 친구한테 이렇게 넘겨줄 수 있어요. 근데 넘겨서 되는 게 있고 안 되는 게 있어요. 그래서 만약에 친구한테 블루투스를 받았다 그러면 켜서 되면은 그냥 고마워 하고 만약에 안 되는 거 있으면 아예 그런 거는 가서 사야 되고.”

면접자 oo(평양)

“폰 처음에 나올 때부터 블루투스 기능이 굉장히 강화돼서 나옵니다. 그러니까 블루투스만으로 파일도 음악 노래도 주고받고 한단 말이죠. 사진도 주고 받고 그렇게 해서 블루투스 활용률이 꽤 높습니다.”

나. 앱 이용과 가격

1) 다양한 앱의 등장과 이용

응답자들은 북한에서 게임, 영상, 신문, 뷰티, 건강 등 다양한 앱을 사용했다. 앱은 하나의 기능만 하는 것도 있지만 여러 콘텐츠가 들어가 있는 것도 있었다. 따라서 앱을 구매한 경험도 있었지만 한 앱에서 콘텐츠를 즐기기 위해서 교류소에서 구매한 경험도 있었다.

면접자 oo(평양)

“내가 나올 때까지는 온라인 그런 앱 들보다는 게임이 대부분이었고 그다음에 사전들 사전 유형, 국어사전도 있고 중어, 일어 백과사전도 있었어요.”

면접자 oo(서해안)

“예를 들면 내가 심장 박동 수가 1초에 몇 초에 분당 몇 회 이런 거. 건강 검진 하는 거 뭐 그런 것도 있고. 그다음에 뭐 무슨 신문 같은 거 노동신문 같은 거 열람할 수 있는 뭐 그런 거 있고. 독서, 문화생활, 소설책 같은 거 열람해서 볼 수 있는 거 뭐 이런 개념으로. 그런 것들도 있대요. 있는데 사실상 뭐 그 재미들이 없어요. 볼 게 없으니까요. 이게 뭐 형식적으로나 본다고 하지 기필코 보는 사람이 없죠.”

면접자 oo(평양)

“손전화에서 이용하는 앱은 많죠. 전화, 문자, 카메라, 게임 그리고 나중에 뷰티, 운동, 건강 그런 앱도 나와서 이용했어요. ... 가장 많이 이용했던 앱은 게임이랑 카메라, 그다음에 나중에는 영화를 볼 수 있는 앱이 나왔어요. ... 영화도 있고 드라마도 있고 독서 책도 있고 그래요. ... 교류소에서 앱은 공짜로 주고 그 안에 있는 콘텐츠들은 이제 구입해서 봐야 하는 거예요. ... 교류소에서 앱 하나를 다운받으면 그 앱을 통해서 들어가면 거기 드라마, 영화, 만화, 독서, 공연 이런 게 다 있어 가지고 그럼 거기서 드라마를 선택하면 어떤 드라마가 있는데 그 드라마는 얼마 이렇게 나오는 거 그거 사서 봐야 해요. 교

류소에서 앱을 다운하고 영화를 보겠다고 하면 그 자리에서 돈을 내요. 그러면 앱에서 볼 수 있게 열어줘요.”

2) 앱마다 다른 가격

가격은 콘텐츠마다 앱마다 달랐다. 영화나 드라마는 1000원 정도이고 앱은 5천원에서 2만 5천원까지 분포했다. 손전화는 구매 비용 외에도 이렇게 부가적인 구매 비용도 들어 월이용료가 높은 기기로 인식하고 있었다([그림 4-2] 참고).

면접자 oo(서해안)

“기본은 게임을 가장 많이 사는데 ... 게임도 비싼 게임이 있고 그냥 일반 주패 오락이나 이런 거는 싸요.”

면접자 oo(서해안)

“비싼 때는 2만 5천 원까지도 하고 싸 때는 5천 원 정도. 어떤 거에 어떤 건가에 달려 있어요.”

면접자 oo(평양)

“드라마는 600원~800원 이 정도였던 것 같아요. ... 드라마 한 부가 800원이다 이렇게 하면은 1부부터 10부까지 주세요 하면 8000원내고 10개를 구입, 10부를 볼 수 있어요. ... 근데 한 부당 따져보면 작은데 이제 20~30개부까지 나가니까 모두 구입하려면 돈이 많이 나가잖아요. ... 영화는 1200원 정도였던 것 같아요.”

3. 전화돈 이용

가. 전화돈 지급 중지

1) 코로나 이전 전화돈 완전 중지

면접조사 결과 코로나 발생 이전에 전화돈 지급과 매매가 중지된 것으로 나타났다. 응답자에 따라 기억하는 연도는 달랐지만 모두 코로나 발생 이전이라고 응답했다. 이에 따라 한 달에 요금제처럼 지급되던 전화돈은 들어오지 않고 대신 통화 시간이 더 많이 들어온다고 했다.

면접자 oo(서해안)

“조금 몇 년 됐던 것 같아, 몇 년은. 그런대로 조금 어느 정도는 흘러가다가 어느 때서부터 아예 무자비하게 못하게 하더라고. 그러니까 딱 들어간 거 그대로 그냥 쓰게 한단 말이야. 그렇게 되니까 불편하더라고. ... 돈을 안 주고 분만 준 것 같아. 그 돈을 아꼈다가 자꾸 모으니까 돈을 안 준 것 같아. 그 당시부터 전화돈이 없어졌지. ... 그게 코로나 전이지.”

면접자 oo(서해안)

“전화돈 차단된 그게 코로나 전인데 그거는 한 19년도 전일걸요. 아마 18년도인가 17년도인가 어쨌든 코로나 전 인걸요. 그때 그 핸드폰으로 돈 보내는 걸 차단했어요.”

면접자 oo(동해안)

“그게 좀 돈이 됐었죠. 부모들 같은 경우에는 판매를 할 수 있었으니까. 근데 지금은 그 전화돈 제도가 없어지고 분으로 바뀌져 가지고. 한 달에 35분 37분인가 아무튼 그 정도가 이제 폰으로..”

2) 전화돈 중지 이유

전화돈이 지급중지된 이유로는 여러 가지 이야기가 나왔다. 전화돈으로 여러 가지 구매를 하고 장사를 하는 것을 막으려는 의도라는 이야기도 있었고, 군인들이 부모에게 전화돈을 보내달라는 것이 사회적 문제로 대두되어 없어졌다고 언급하기도 했다.

면접자 oo(서해안)

“돈을 안 주고, 돈을 돈이 있어도 저기 하면 넘어가잖아 다음 달로 그것도 무효 시키더라고. 하니까, 왜 그걸 그렇게 했나, 이거 전화기로 그런 현상이 있다고 하니까 사람들이 그걸 아껴가지고 전화돈을 팔아먹는단 말이지. 그러니까 장사가 되고 만단 말이야.”

나. 전화돈 지급 중지 전 거래 행태

1) 일상적인 거래까지 활용

그렇다면 전화돈 지급 중지 전에는 어떻게 전화돈을 활용했을까? 대부분은 부족한 전화나 통화를 구입했고, 친구나 가족에게 전송하기도 했다. 일상생활 용품 구입에도 다양하게 사용되었다. 손전화가 없었어도 장사 매대를 통해서 전화돈을 보내는 등 누구나 전화돈을 활용했다.

면접자 oo(서해안)

“한 달에 200분씩 그 분 안 쓰면은 그 돈이 다음 달로 넘어가요. 없어지지 않고 거기, 다음 달로 넘어가면 다음 달 또 들어간 돈하고 합쳐지잖아. 합쳐지면 그걸 그대로 고스란히 계속 이렇게 쌓는단 말이야. 하면 그걸로 다 기름 사 먹는다고. 기름 사 먹고, 어떨 때 맛내기 사 먹고, 전화기 생기니까 그렇게 좋더라고.”

면접자 oo(서해안)

“내가 만약에 장사 안 하면서 전화돈이 뭐 얼마가 남았잖아요. 그러면 그저 여기 군대에 나갔던가 자식이 그러면 거기다 돈 이렇게 써서 보내면 그렇게 썼어요. ... 스마트폰 없는 사람은 그 전화돈을 남에게 빌려가지고 돈을 사서 거기다가 그 전화기 돈을 내가 사서 넣어 가지고 내가 보내줘야 되는 거죠. ... 많이 사용해요. 군대들 나가가지고 그 전화돈으로 받아가지고 다 사용을 하기 때문에. 많이 사용하는 편이에요.”

면접자 oo(동해안)

“저는 전화돈 전화 통화하기 위해서 사용 많이 했어요. ... 전화돈으로 사가지고 그냥 친구한테 선물 주고, 돈 없다고 하면 그냥 주고. 저도 선물로도 많이 받았어요.”

면접자 oo(평양)

“전화 200분이 모자라는 사람들이 있잖아요. 그러면 그분들은 전화돈을 사서 쓰는 거죠. 그러니까 통화가 필요한 사람들은 돈이 있으니까 전화돈을 사서 쓰는 거고 돈이 없는 사람들은 안쓰는 거구요. 근데 좀 돈 많은 사람들과 통화가 절실히 필요한 사람들은 이렇게 돈을 주고 사죠...”

2) 환율에 따라 달라지는 전화돈 가치

전화돈은 달러 환율에 따라 달랐지만 대부분 전화돈 100원에 7천원~1만원인 것으로 응답했다. 전화돈이 환율에 따라 달라지다 보니 코로나 때에는 5천원까지 떨어진 것을 사서 큰 차익을 보는 사람도 있었다.

면접자 oo(동해안)

“전화돈 100원이면 그냥 8천 원, 7천 원. 현화 달러에 그러니까 달러, 한 달러였으니까. 달러 가격에 따라서 공식적으로 팔 때도 1달러 100원이니까. ... 달러가 코로나 때문에 5천 원 했어요. 왜냐하면 달러가 떨어졌으니까. 근데 그 사람들이 별로 잘 몰라가지고 그냥 일반 다른 데서도 살 수 있었어요. 상

점 같은 데서도 7천 원에 판매를 한 거죠. 5천 원에 사서. 그러니까 웬만한 사람들은 그냥 가격이 8천 원에서 1만 원 할 때도 있고 막 이렇게 하잖아요. 근데 그게 달러 기준으로 딱 있어요.”

면접자 oo(서해안)

“시기마다 다른데 전화돈 100원에 한 7천 원 정도에 사서 보내요. 제일 비쌀 때가 7000원이었어요.”

면접자 oo(서해안)

“팔 때는 대개 전문적인 장사꾼들한테 넘기거든요. 그걸 도매가에 주는 거죠. 그러면 넘기는 사람들은 100원당 6천 원 정도에 넘겨요. 넘기면은 소매꾼들은 6천 원에 사가지고 가지고 있다가 나 같이 장사로 붐비는 사람들 돈을 많이 쓰는 사람들이 오면은 만 원에 팔아먹는 거죠.”

제 7 절 세대별 방송통신 이용실태

1. 방송통신기기 보유 현황

가. 방송기기(TV) 보유 현황

1) TV 보유 현황

세대별 방송통신 이용실태를 살펴보기 위해서는 우선 방송기기, 특히 TV 보유 여부가 매우 중요하다. TV를 보유하지 않은 경우에는 TV유형, 구입경로, 시청시간 등 방송서비스 이용과 관련된 항목에 응답하기 어렵기 때문이다. 또한 심층면접조사 전 사전 면담 단계에서 방송통신기기 종류별 보유 여부를 기준으로 응답자를 선정하였으므로, 설문조사에서의 '이용 경험'을 '보유 현황'으로 대체하려고 한다.

〈표 4-9〉 세대별 TV 보유 현황

구분	응답자수	비율(%)
Z세대(20대)	6	60.0
M세대 (30~40대)	3	30.0
기성세대 (50대 이상)	1	10.0
합계	10	100.0

조사 결과, 모든 세대에 걸쳐 TV를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 과거 관식 TV에서 12V 전원으로 시청 가능한 액정TV로 교체 하거나, 조선중앙TV외에 만수대TV·룡남산TV 등 다양한 채널을 시청하기 위해 숫자식 TV 신호변환기를 설치하는 사례도 확인되었다. 이러한 변화는 세대 차이보다는 가구의 경제적 여건에

따라 결정되는 경우이다. 따라서 세대별 TV 보유 현황에 대한 세부 비교는 본 보고서에서 생략하고자 한다.

2) 노트북 등 전자기기 보유 현황

노트북, 노트텔, 판형컴퓨터, 탁상컴퓨터 등 전자기기는 가구의 자산이기도 하지만, 주 이용자가 부모세대가 아닌 자녀 세대인 경우가 많다. 따라서 기성세대를 제외하고 Z세대와 M세대의 보유현황만 살펴보려고 한다. TV보유 현황과 마찬가지로, 설문조사에서는 노트북 등 전자기기의 보유 여부가 아니라 이용 경험을 질문하였으나, 면접 이전 단계에서 이미 보유 여부를 확인하였기 때문에 본 분석에서는 이를 보유현황으로 정리하였다.

〈표 4-10〉 세대별 노트북 등 전자기기 보유 현황

구분	노트북	노트텔	판형	탁상	보유율 (보유수/전체필요보유수)
Z세대(20대)	6	3	3	5	70.8% (17/(6×4))
M세대(30~40대)	2	2	2	2	66.6% (8/(3×4))
기성세대 (50대 이상)	-	-	-	-	
합계	8	5	5	7	
비율(%)	100	50	50	70	

보유자 : 8명(Z세대 6명, M세대 2명)

전체 : 10명(Z세대 6명, M세대 3명, 기성세대 1명)

〈표 4-10〉에서 보는 것처럼 Z세대와 M세대 모두 노트북 등 4종의 전자기기를 보유하고 있었으며, 전반적으로 Z세대의 보유율이 M세대 보다 다소 높게 나타났다. 기기별로 보면 노트북은 Z세대 100%, M세대 66.6%, 노트텔은 Z세대 50%, M세대 66.6%, 판형컴퓨터는 Z세대 50%, M세대 66.6%, 탁상컴퓨터는 Z세대 83.3%, M세대 66.6%의 보유율을 보였다. 두 세대 간 가장 큰 차이는 Z세대가 노트북을 100% 보유하고 있었다는 점이며, 탁상컴퓨터 또한 한 명을 제외한 전

원이 보유하고 있었다. 이러한 결과는 전자기기 보유 및 이용 수준이 젊은 세대일 수록 높게 나타나는 경향임을 보여준다.

나. 통신기기(손전화) 보유 현황

북한의 손전화 보유율은 100%에는 미치지 못하지만, 이번 조사에 참여한 응답자 10명 전원은 세대에 관계없이 손전화를 보유하고 있었다. 이는 손전화가 이미 북한 주민의 일상생활에 깊숙이 확산되었음을 보여준다.

〈표 4-11〉 세대별 손전화 보유 현황

구분	손전화기
Z세대(20대)	6
M세대(30~40대)	3
기성세대(50대 이상)	1
합계	10

n=10

세대별 차이는 손전화기의 유형에서 나타났다. Z세대는 비교적 최신형 지능형 손전화를 주로 보유하고 있었으며, M세대의 경우 3명 중 2명은 지능형 손전화기를, 1명은 버튼식 손전화기를 사용하고 있었다.

면접자 oo(40대)

“그냥 이렇게 눌러서 이렇게 버튼 있는 거 사진이나 찍을 수 있고 처음에 제일 처음에 나온 걸 쓰다 나니까 폴더폰 그런 거 비슷하게 썼어요.”

기성세대의 경우 조사에 참여한 1명은 버튼식 손전화를 사용하고 있었으며, 다수의 응답자들도 부모 세대와 조부모 세대는 터치폰보다 버튼식 손전화를 선호한다고 증언하였다. 이는 사용 편의성과 경제적 부담, 기술 친숙도 등이 영향을 미친 결과로 해석된다.

면접자 oo(60대)

“나는 스마트폰은 잘 모르고, 버튼식 전화가 편해서 그걸 썼어요.”

면접자 oo(20대)

“우리 아버지 어머니만 봐도 그냥 처음에는 이렇게 막대기 핸드폰을 쓰셨는데 ... 그래서 내가 아버지 아버지 그냥 바꾸라고 ... 그럴 필요 없다고 그냥 안 바꾸시더라고요. 그리고 만약에 어르신들이 쓰신다면 그냥 멋으로 쓰지 필요해서 쓰실 것 같지는 않아요”

면접자 oo(20대)

“부모님들은 막대기(버튼)를 좋아했죠. 그냥 편하다. 이게 터치는 불편하고 일단 불편하다는 게, 잘못하니까 힘들다고 그러시는 거예요.”

2. TV 활용 공식 및 비공식 콘텐츠 이용 행태

가. 공식 채널 통한 콘텐츠 이용 행태

1) Z세대 : 정보·학습 중심의 시청

Z세대는 북한이 제공하는 공식 방송채널을 일상적으로 소비하는 경향을 보였다. 이들은 조선중앙TV를 통해 주로 날씨, 뉴스, 국가행사 중계 등을 접했다고 진술하였다.

면접자 oo(20대)

“조선중앙TV 같은 경우는 그냥 날씨만 보고, 그 외에는 거의 안 봤던 것 같아요.”

면접자 oo(20대)

“중앙TV는 매일 나오니까 많이 봤지 재밌어서 즐겨본 건 딱히 그렇게 좋아했다는 느낌보다는 그냥 TV를 틀면 그것밖에 없으니까 그것만 계속 보는 느낌이었고”

공식채널 중에서도 만수대TV는 상대적으로 외국 영화나 공연 등 오락적 콘텐츠를 방영하는 경우가 많아, Z세대의 관심을 끌었다. 중국 영화나 외국 공연이 방영 될 때는 가족이 함께 시청하거나, 친구들 사이에서도 화제가 되었다는 진술이 다 수 확인되었다.

면접자 oo(20대)

“... 만수대에서 중국 영화... 방영해 주면 되게 재밌었던 기억이 많아요.”

면접자 oo(20대)

“중앙TV는 거의 안 봤고, ... (평양에서) 만수대·룡남산 프로그램을 봤어요.”

또한 룡남산TV는 영어·중국어 등 외국어 학습 프로그램을 방영하여 학습욕구가 높은 Z세대에게 교육적 흥미를 제공하였다.

면접자 oo(20대)

“룡남산에서는 영어·중국어 교육이 나와서 재미있게 보고...”

반면 가족 단위 시청은 여전히 중앙TV 중심으로 이루어졌으며, 방송 내용에 대한 선택권보다는 가용 채널이 한정된 환경이 시청 행태를 결정짓는 주요 요인으로 작용하였다.

면접자 oo(20대, 국경지역)

“그전에는 조선중앙TV만 나왔어요... 그런 거 그냥 중앙에서 싸주는 것만 봤었는데, 본다고 하면 가족이 다 같이 봤어요.”

이처럼 Z세대의 공식채널 이용은 정보·교육·오락을 아우르는 제한적 선택의 결과로, 콘텐츠의 다양성보다는 방송 접근 가능성에 의해 결정되는 수동적 시청 행태가 특징적이다.

2) M세대 : 오락적 흥미와 외부정보에 대한 관심이 결합된 선택적 이용 행태

M세대는 이미 사회생활 경험이 축적된 세대로, 공식방송에서도 국제소식·경제·사회변화 등 현실과 연관된 정보를 찾아보려는 경향이 두드러졌다. 이들은 조선중앙TV보다 만수대TV의 국제뉴스, 외국영화, 스포츠 중계를 통해 외부 세계의 변화를 간접적으로 접하며, 단순한 오락보다는 새로운 정보와 사회변화를 파악하는 수단으로 방송을 활용하였다. 특히 평양거주 M세대의 경우 채널 선택의 폭이 상대적으로 넓어, 외국영화나 국제소식이 포함된 프로그램을 자주 시청하는 경향을 나타냈다. 반면 Z세대가 선호하는 대학생 생활·교육 중심의 룡남산TV 등 학습형 채널에는 상대적으로 관심이 낮았다.

면접자 oo(40대)

“조선중앙TV는 방송 시간이 아무래도 길어서 그렇지, 내용이 좋아서 본 건 아니에요. 제일 접근성이 좋으니까 보게 되는 거죠. ... 조선중앙TV는 재미가 없었고, 만수대TV는 외국 영화도 나오고 볼 게 많아서 더 봤어요. 만수대 티비는 외국 소식이 많죠. 외국 영화도 하고 외국 체육 경기 소식도 나오고 거기서 일요일마다 저녁에 최근 국제 소식이라고 일주일간 해외 소식도 알려준단 말이에요. 룡남산은 대학생들 생활 위주라서 별로 안 봤어요.”

면접자 oo(30대)

“조선중앙TV는 재미없어요. 그냥 공식적인 느낌인 것뿐이죠. ... 만수대가 그나마 제일 재미있는 채널이었고, 룡남산이나 스포츠TV도 조선중앙TV 보다는 괜찮았어요.”

면접자 oo(40대)

“중앙TV는 잘 안 봐요. 왜냐면 거기는 여기처럼 실질적인 상황, 실제 상황이 안 나오잖아요.”

면접자 oo(40대)

“중국 드라마가 그래도 제일 인상깊었어요. 갈망, 중국 드라마, 중국 농촌 80년대를 그린 영화드라마, 중국이 개혁한 다음에 금방 그때 와가지고”

따라서 M세대의 공식 콘텐츠 이용은 오락적 흥미와 외부 정보에 대한 관심이 결합된 선택적 이용 행태로 요약된다. 이는 학습중심의 Z세대와 뚜렷하게 구분되는 세대적 특징으로 볼 수 있다.

3) 기성세대 : 중앙TV 중심, 일부 다른 채널 보조적 시청

기성세대는 중앙TV를 기본 채널로 시청하였으며, 필요할 때에만 다른 공식 채널을 선택하는 제한적 채널 이용 행태를 보였다. 일부는 숫자식 TV 신호변환기를 별도로 구비하지 않아 중앙TV 위주로만 시청했다고 응답하였다. 주말이나 특정시간대에는 만수대TV(국제정세, 프로권투, 외국영화)와 스포츠TV(국제경기 생중계)를 보조 채널로 활용하는 사례도 있었다. 경기 중계 시간표를 메모해 두고 정해진 편성 시간에 맞춰 시청하는 경우도 확인되었다. 또한 일부 가정에서는 방송을 틀어놓기만 하는 행태도 관찰되었으며, 주말마다 만수대TV를 반복적으로 시청하는 사례도 관찰되었다. 요약하면 기성세대의 콘텐츠 이용행태는 ①중앙TV 상시 시청, ②만수대TV·스포츠TV의 시간대별 보조 시청, ③편성 시간표에 맞춘 규칙적 시청으로 정리된다.

면접자 oo(60대)

“북한에 있을 때 중앙TV밖에 본 게 없죠 ... 만수대라든가, 숫자식으로 이렇게 돌리면 만수대 보고프면 만수대 것 보고 그렇게 하는 거거든. ... 난 나 혼자 있다 보니까 ... 별로 보고 싶지 않더라고. ... 그래서 숫자식 필요가 없어서 안 샀어.”

면접자 oo(20대)

“아버님은 만수대를 자주 보셨어요 주말마다 하니까, 만수대에서는 국제정세

를 짧게 방영하고 그리고 프로 권투 이런 것도 하고 그리고 외국 영화도 방영하는 채널이어서 아버님이 만수대를 자주 보시고 ... 아버지, 어버니 같은 분들은 CD보다는 그냥 이렇게 내보내주는 것을 흘러가듯이 보는 걸 좋아하시니까”

면접자 oo(20대)

“저희 아버지는 스포츠TV를 많이 보셨어요. ...약간 월드컵도 챙겨가지고, 실시간 중계로도 하거든요. ...그럴 때 시간표를 적어가지고 그 시간에 맞춰서 생중계 볼 만큼 되게 좋아하셔가지고”

나. 저장매체 통한 공식 외국콘텐츠 이용 행태

1) Z세대

Z세대는 액정TV에 USB 등 저장매체를 연결해 외국 영상물을 시청하는 행태가 가장 활발한 세대이다. 특히 중국 드라마와 인도 영화가 높은 선호도를 보였다. 이유는 생활적인 정서, 현실적 배경에 공감하는 부분도 있었고 감성이 비슷한 측면이 있어 여러번 반복 시청한 경우도 있다. 반면 구소련(러시아) 영화는 서사가 길고 감정 몰입이 어려워 흥미도가 낮았다. 이 세대는 외국 영상물을 학습보다는 감상·오락 중심으로 수용하며, 일상 속 즐길 거리로 소비하는 경향을 보였다.

면접자 oo(20대)

“당연히 액정TV죠... 주로 중국 영화나 드라마를 많이 봤습니다... 인도나 중국영화는 감성이 비슷해요. 인도는 영화가 재미있고 중국은 드라마가 재밌었어요. ... ‘세얼간이’ 많이 봤어요. 북한에서는 ‘세친구’라고... 여섯 번도 더 본 거 같아요.”

면접자 oo(20대)

“외국 영화는 러시아 영화, 인도 영화인데 그게 옛날 소련 영화는 좀 많았던 것 같아요. ... 인도 영화를 보면 좀 약간은 영웅심이라고 해야 되나요. 정의

의 사도라고 해야 되나요. 그런 게 있다 보니까 북한 사람들 정서에 잘 맞아 떨어지죠. 이제 눈물과 감동도 많이 주고...중국 드라마 중에서는 '사랑의 힘' 이라는 드라마가 제일 재밌었어요."

면접자 oo(20대)

"지금은 다 모든 걸 USB나 카드에 담아서 보거든요. 중국·인도·러시아 영화도 USB에 담아 봤어요. ... 중국은 잘 사는 나라라고 이미 생각이 들었고 개네는 옷 입는 패션부터 시작해서 어쨌든 예쁘잖아요. 멋있잖아요. 그 애들을 이렇게 보면 그래서 중국 영화도 되게 이제 감명을 받았고..."

면접자 oo(20대)

"인도 영화를 우리는 '인디아 영화'라고 했어요. 근데 그게 흑백이 많았던 것 같아요. 옛날 거, 오래된 영화."

2) M세대

M세대 역시 북한 공식 프로그램의 반복적 형식과 선전 중심 편성에 피로감을 느끼며 편하게 즐길 수 있는 외국 드라마와 영화를 일상의 휴식과 정서적 환기 수단으로 소비하였다. 중국 드라마와 영화는 저장매체를 통해 자주 접한 콘텐츠로 나타났으며, 인도 영화 역시 시청 경험은 확인되었으나 세대 전반의 선호 경향까지 뚜렷하게 드러나지는 않았다. 구소련 영화는 과거에는 방송을 통해 익숙하게 접했으나, 최근에는 거의 소비되지 않고 흥미도가 낮아진 것으로 조사되었다.

면접자 oo(40대)

"예전에는 일요일에 외국영화(중국, 소련)를 돌렸는데, 2016년부터는 외국 영화를 잘 안 돌리는 것 같아요. ... 사실 가정 TV도 국가 채널보다도 주말에는 그냥 메모리(USB) 꽂아 놓고 외국 영화보죠. ... 왜냐하면 부담 없이 볼 수 있으니까 긴장할 필요도 없잖아요. 근데 또 나름 중국 드라마 같은 건 재미도 있어 가지고 보게 되죠"

면접자 oo(30대)

“북한 내에서도 인도영화는 이렇게 마크가 붙어 있는 건 보라. 이런 쪽으로 허용을 했으니까요.”

3) 기성세대

기성세대 역시 저장매체를 활용해 국가가 승인한 합법 콘텐츠를 시청하는 사례가 확인되었으나, 그 수가 적어 일반화하기에는 한계가 있다.

면접자 oo(60대)

“예전에는 일요일마다 외국영화를 틀어줬어요. 중국 영화도 많이 했고, 러시아 영화도 나왔는데, 요즘에는 그런 게 거의 없어졌어요. USB로 보는 게 더 많아졌지요.”

〈표 4-12〉 세대별 저장매체 통한 공식 외국콘텐츠 이용 행태 비교

구분	주요 이용 콘텐츠	이용 행태
Z세대	- 중국드라마영화 - 인도영화 - 일부 구소련 영화	- 감정이입과 흥미 중심의 적극적 소비
M세대	- 중국드라마영화 중심 - 인도영화 일부	- 일상적 휴식, 여가용으로 소비
기성세대	- 중국러시아 영화 중심	- 간헐적 시청

3. 통신기기 이용 행태

가. 통신 목적의 이용 행태

1) Z세대 : 일상을 위한 생활기기

Z세대의 스마트폰 이용은 통신의 본래 목적에 가장 충실하면서도 가장 활발한 것

으로 나타났다. 가족, 친구, 연인 등 가까운 사람들과의 소통을 위해 손전화를 일상적으로 사용하였으며, 통화나 문자 모두 생활의 기본 수단으로 자리잡았다. 특히 문자메시지는 약속을 잡거나 일상대화를 나누는데 활용되었고, 손전화가 없으면 불편함을 느낄만큼 생활속에 깊숙이 스며있었다.

면접자 oo(20대)

“전화는 친구와 부모님과 하고 그랬어요.”

면접자 oo(20대)

“문자를 주고받는 게 너무 좋았어요. 친구랑 약속을 잡거나, 그냥 대화하는 것도 문자로 많이 했습니다.”

면접자 oo(20대)

“핸드폰은 친구들이랑 많이 했는데 일 때문에도 많이 했어요. ... 이제는 없으면 불편하고 또 핸드폰을 안 들고 다니면 어색하고 그래요.”

면접자 oo(20대)

“친구들이랑 연락할 때는 꼭 필요했어요.”

손전화는 단순한 통신수단을 넘어 사회적 관계 형성을 위한 매개체로 기능했다. 경제적 형편이 어려워도 반드시 손전화를 구입하려는 경향을 보였다. 이들에게 손전화는 없으면 불편한 기기가 아니라 없으면 사회적으로 고립되는 필수품이었다.

면접자 oo(20대)

“청년들은 거의 다 있었고, 없으면 좀 없어 보여요. 연락이 안 되니까 친구로도 사귀고 싶지 않아요. ... 핸드폰이 나오기 시작해서부터는 핸드폰 없이는 하루도 못 사는 ... 그래서 기본적으로 아무리 돈이 없어도 핸드폰부터 사려고 해요.”

요금과 문자 사용 제한 또한 이들의 이용 방식에 영향을 미쳤다. 월 200분 통화, 문자 20건 제한이라는 제도적 한계속에서도 전화돈을 별도로 구매하거나 충전하여 이용시간을 늘리는 등 제약속에서도 적극적으로 사용 환경을 개선하려는 태도를 보였다.

면접자 oo(20대)

“한 달에 200분이면 늘 모자라요. 그래서 막 돈 내고 사서 쓰고 막 그랬었거든요. ... 매점 같은 데 가면은 돈을 내면 이제 200분을 싸주는 약간 그런 데가 있었어요. 몇 분짜리 카드 주면 그거 이렇게 굽어 가지고.”

면접자 oo(20대)

“문자는 사실상 한 달에 20개밖에 없잖아요. ... 맞아요. 근데 전 전화돈을 사면 그게 문자로 전환될 수 있어 가지고 돈으로 사서 문자했어요.”

면접자 oo(20대)

“장사, 친구랑 소통, 부모랑 전화 연계하고 드라마도 보고 ... 심심치 않게 핸드폰이 있으면 어디 가서 기다리려고 해도 2시간 정도 기다려 줄 수 있고 뭔가 그런 용도로 씁니다.”

이처럼 Z세대는 손전화를 단순한 통신기기가 아닌 일상생활의 기반이자 사회적 소속감을 유지하기 위한 필수적 생활기기로 인식하고 있었다. 북한 사회의 정보소통 변화에서 가장 역동적인 이용 집단으로 평가된다.

2) M세대 : 경제활동 중심의 실용적 이용

M세대는 손전화기를 사회적 관계 유지보다는 경제활동을 위한 실용적 수단으로 활용하였다. 가족이나 친구와의 일상적인 대화보다 시장 거래나 장사, 거래처 연락 등 생업과 직접적으로 연결된 통화에 집중하였다.

면접자 oo(30대)

“저 같은 경우는 손전화가 장사 때문에 필요했어요. 손전화로 장사 관련 연락을 많이 했습니다. 그게 없으면 장사하기가 힘들었어요.”

면접자 oo(40대)

“장마당 장사하는 사람들은 (손전화)꼭 필요하니까 다 가지고 있었어요. 저도 장사 때문에 샀는데, 주로 거래처 연락하는 데 썼습니다.”

비싼 요금으로 인해 외부에서는 급한 상황에서만 사용하거나 꼭 필요한 경우에만 통화하는 등, Z세대가 전화돈을 충전하며 적극적으로 소통한 것과는 다른 행태를 보였다. 일부 장사 이외의 용도에서는 사용을 자제하고, 가족간 연락은 집에 설치된 유선전화를 이용하기도 하였다.

면접자 oo(40대)

“친구들이랑은 잘 안 했고, 그냥 장사하고 가족들하고 통화하는 데만 쓰는 거였어요.”

면접자 oo(30대)

“기본적으로는 집에 유선전화가 있었으니까 가족들이나 가까운 사람들하고는 그걸로 통화했고, 장사 관련해서 거래처 연락하거나 급할 때 쓰는 거였죠.”

M세대 중 회사원이었던 응답자는 친구보다는 가족과의 연락을 중심으로 손전화를 사용하였으며, 추가적인 전화돈을 사용하지 않기 위해 통화시간을 절약하려는 모습도 보였다.

면접자 oo(40대)

“저는 기본적으로 집에다가 전화하든가 가족들하고 통화하든가 그런 정도였지, 지방 통화는 별로 없었어요.”

면접자 oo(40대)

“그저 200분 통화엔 문자 20개였단 말이죠. ... 네 엄청 작았는데 이거 가지고 아득바득 사는 겁니다”

이처럼 M세대는 Z세대와 달리 감시보다는 비용과 실용성에 더 민감했으며, 이는 생업에 종사하며 가정을 책임져야 하는 세대적 위치와 역할이 반영된 결과로 볼 수 있다.

3) 기성세대 : 체면을 위한 기기

기성세대는 손전화 보유율이 전 세대 중 가장 낮았으며, 보유자 또한 통화는 최소한으로, 문자는 거의 사용하지 않는 것으로 나타났다. 이들의 손전화 이용은 가족간 안부 연락 정도에 한정되었고, 일부는 젊은 세대의 손전화를 빌려 사용하는 수준에 머물렀다. 손전화는 실용적 도구라기보다 상징적 소지품으로 인식되는 경향이 있는 것으로 나타났다.

면접자 oo(20대)

“할머니, 할아버지 세대는 손전화에 관심이 없고, 멋으로 가지고 다니는 경우가 많았어요.”

면접자 oo(40대)

“폼이죠. 할머니 남들 다 있는데 나도 있고 싶어 해 가지고 핸드폰을 사시더라고요. 늦게 사긴 했는데”

면접자 oo(20대)

“할머니, 할아버지 세대는 손전화에 관심이 없고, 멋으로 가지고 다니는 경우가 많았어요”

면접자 oo(20대)

“만약에 어르신들이 쓰신다면 그냥 멋으로 쓰지 필요해서 쓰실 것 같지는 않아요”

이처럼 기성세대에게 손전화는 실질적 필요보다는 사회적 체면을 위한 상징적 기기로 활용하였으며, 이는 경제적 여건, 세대별 가치관, 기술 친숙도 등이 복합적으로 반영된 결과로 볼 수 있다.

나. 통신 외 목적 이용 행태

1) Z세대 : 손전화기는 다기능 매체

Z세대는 통신 외 활용도가 가장 두드러진 세대로, 손전화를 생활 전반의 핵심 기기로 인식하였다. 전화돈을 통한 송금과 거래가 활발하게 이루어졌으며, SD카드나 앱을 통해 북한에서 허용된 영상물을 시청하였다.

면접자 oo(20대)

“휴대전화로 송금도 하고.”

면접자 oo(20대)

“(전화돈) 사가지고 그냥 친구한테 선물주고 돈 없다고 하면 그냥주고, ... 저도 받았어요.”

면접자 oo(20대)

“나중에는 영화를 볼 수 있는 앱이 나왔어요. ... 영화를 볼 수 있는 그 앱을 정보기술교류소 가서 앱을 구입해서 공연도 보고 TV도 보고 그냥 들고 다니면서 봤어요.”

면접자 oo(20대)

“핸드폰에 길동무라는 앱을 정보기술교류소에서 공짜로 다운받고 그 앱에 들

어가면 영화 목란이라고 있고 영화를 사게 되면 볼 수 있게 열쇠를 열어줘요. 그리고 얼마 있으면 만수대TV에서 방영해요.”

면접자 oo(20대)

“길을 가다보면 정보기술교류소에서 새로 나온 영화 나왔다고 이렇게 적어놔요. 급한 사람들은 한부당 얼마씩 주고 사서 핸드폰으로 봐요”

또한 게임이나 카메라, 신문, 뷰티, 운동앱 등 각종부가기능을 적극 사용하였다.

면접자 oo(20대)

“그냥 친구들끼리도 했던 것 같아요(블루투스 연결 게임). 재밌는 게임 나오면 막 다운 받아 가지고 했었는데”

면접자 oo(20대)

“사진도 많이 찍었어요.”

면접자 oo(20대)

“카메라, 게임 그리고 나중에 뷰티, 운동 그런 앱도 나와서 이용했어요. ... 별 찌꺼기 게임 많이 했어요. 가장 많이 이용했던 앱은 게임이랑 카메라, 그다음에 나중에는 영화를 볼 수 있는 앱이 나왔어요.”

면접자 oo(20대)

“저는 아동신문(새날신문) 다운받아 봤어요. 매일 새벽에 받을 수 있어요. 그게 새벽에 받아야지 오후에 받으면 전화돈 4원인지 그게 나와요. 신문 앱이 있는데 거기서 받아요. 1년에 1만원 내면 1년을 다운 받을 수 있어요. ... 노동신문보다 재밌는게 많아서요.”

이처럼 Z세대는 손전화를 단순한 전화기가 아닌 일상과 오락, 경제활동이 결합된 다목적 생활기기로 활용하면서 북한 사회의 디지털 소비문화를 주도하는 중심 세대로 자리잡았다.

2) M세대 : 제한된 실용적 활용

M세대는 손전화의 통신 외 기능을 제한적으로 활용한 세대로, 주로 사진 촬영이나 간단한 게임 등 기본 기능에 국한된 사용 행태를 보였다. 영상물 시청이나 앱 이용 등의 기능은 거의 활용하지 않았다.

면접자 oo(40대)

“게임을 가장 많이 했구요. 단순하고 심플한 미니 게임들이죠. 방울 맞추기 뭐 이런거요. 별찌까지, 이렇게 두 개를 제일 많이 했던 것 같아요”

면접자 oo(40대)

“내가 원래 사진 찍는 걸 좋아해요. 근데 그게 기가가 있어서 사진을 또 많이 저장을 못 했는데 나중에 됐어요 … 게임도 해요. 그거 뭐지 줄 맞춰서 내려 오는 게임”

M세대의 이러한 손전화 이용 특징은 응답자의 지역적 환경과 기기 성능의 제약과도 밀접하게 관련되어 있다. 예를 들어 평양 출신의 경우에도 노트북 사용에 익숙하여 손전화보다 PC를 활용해 비공식 영상물을 시청하는 경향을 보였다. 반면 국경지역의 M세대는 지능형 손전화기가 아닌 2G 기기를 보유하고 있어 기능적 한계로 인해 통신 외 이용이 제한된 것으로 판단된다.

따라서 이러한 행태를 전체 M세대의 특성으로 단정하기는 어렵지만, 전반적으로 Z세대에 비해 디지털 활용에 소극적이며 실용성을 우선시하는 경향은 뚜렷하게 나타났다.

3) 기성세대 : 송금 중심의 제한적 이용

기성세대의 통신 외 사용은 거의 확인되지 않았다. 다만, 조사에 포함된 기성세대 사례의 수가 적어 이를 일반화하기에는 한계가 있다. 군 복무중인 자녀를 둔 부모 세대의 특성을 고려할 때, 손전화를 통한 전화돈 송금이 가장 기본적인 활용

행태일 것으로 추정된다. 또한 기성세대는 지능형 손전화기가 아닌 2G 버튼식 기기를 주로 보유하고 있었기 때문에, 보유율이 낮은 요인도 작용한 것으로 보인다.

면접자 oo(20대)

“엄마랑 이제 한국 드라마를 같이 봤는데... 부모님들은 한국방송 보고 막 이런 거는 없거든요. ... 어르신들이 쓰신다면 그냥 멧으로 쓰지 필요해서 쓰실 것 같지는 않아요.”

〈표 4-13〉 세대별 손전화 이용 특징 비교

구분	통신목적 이용	통신외 목적 이용
Z세대	<ul style="list-style-type: none"> - 전화·문자 활용이 가장 활발 - 가족·친구·연인 등 사회적 관계 유지 핵심 수단 - 요금문자 제한에도 전화돈 구매 등 적극적 대응 	<ul style="list-style-type: none"> - 활용도 가장 높음 - 전화돈 통한 송금·거래 활발 - SD카드·앱 통한 영상물 시청, 게임·사진·앱 이용 등 부가기능 적극 활용 - 생활·오락경제활동 결합된 일상 기기로 인식
M세대	<ul style="list-style-type: none"> - 경제활동 중심 실용적 이용 - 장사·거래처 연락 중심, 가족 연락은 유선 전화 의존 - 요금 부담으로 필요시 제한적 사용 	<ul style="list-style-type: none"> - 활용 제한적 - 사진 촬영·단순 게임 위주 - 영상물·앱 이용은 거의 없음
기성세대	<ul style="list-style-type: none"> - 손전화 보유율 가장 낮음 - 가족 연락 등 최소한의 통화 중심 - 문자는 거의 사용하지 않음 - 선택적·보조적 도구로 인식 	<ul style="list-style-type: none"> - 활용 거의 없음 - 일부 송금 기능 사용 추정 - 2G 버튼식 기기보유로 기능 제약

제 8 절 지역별 방송통신 이용 실태

1. 방송통신기기 보유 현황

가. 평양: 유선전화 조기 보급·전자기기 보급률 지방과 유사

평양은 비교적 이른 시기부터 가정에 유선전화가 설치되어 가족 및 친척간 연락이 가능했다. 그러나 전자기기 보유 수준은 지방과 큰 차이가 없었으며, 경제력에 따라 보유 격차가 나타났다.

면접자 oo(평양)

“저희 집도 유선전화 설치했던 게 2005년도인가 그때 설치했을 겁니다.”

면접자 oo(평양)

“네 있었어요. 없는 친구들 가끔 한두 명 있었고 거의 다 있었어요. 부모님께서 친척들에게 전화할 때는 유선전화를 쓰셨어요.”

나. 서해안: 액정TV는 보편적이나 손전화 보유율 저조

서해안 농촌 지역은 액정TV가 대부분 보급되어 있었으나, 유선전화와 손전화 보유율은 낮았다. 특히 손전화는 일부 간부나 경제활동 종사자 중심으로 보유하였으며, 경제적 부담으로 일반 가정의 보유는 제한적이었다. 일부 주민은 유선전화 설치비를 부담할 수 없어 다른 가정의 유선전화 선을 연결해 사용하는 사례도 있었다.

면접자 oo(서해안)

“정말 힘든 사람을 빼고는 거의 다 액정TV 가지고 있었어. 옛날 관식 났다가 액정으로 발전해서 다 교체 됐다고.”

면접자 oo(서해안)

“TV는 매집에 거의 다 있긴 있었어요.”

면접자 oo(서해안)

“우리 동네 손전화기가 나밖에 없잖아. 그러니까 군대 간 아들이 oo이요, oo도요 이런데 나가 있단 말이야, 그런 부모들이 나한테 와서 자기 아들하고 전화를 하지. ... 농장 작업반장, 기술원, 비서 이런 사람들이 전화기를 척척 갖기 시작... 불과 몇 명 안 되네 ... 촌에 있는 사람들이 유선 전화를 왜 가지고 있노?...”

면접자 oo(서해안)

“유선 전화를... 설치비는 많이 들어가고... 그래서 설치된 선을 뿌락치 따가지고서 쓰는 경우가 많죠.”

다. 동해안: 유선전화 보급률 저조, 비용부담으로 설치 제한

동해안 지역 역시 유선전화 보급률이 낮았으며, 설치 및 유지비 부담으로 인해 가정 내 설치가 제한적이었고 경제력이 있는 가정에 우선적으로 설치되었고, 일반 주민의 접근은 어려운 것으로 확인되었다.

면접자 oo(동해안)

“평양에 있을 때 저희 유선전화 있었었고... 2013년도 한 1년 정도밖에 사용 안 했어요. 우리가 장사하는 집안이 아니라서, 유선전화 돈이 꽤 나가거든요.”

면접자 oo(동해안)

“저희 살던 곳에는 대략 30% 정도 있었던 것 같아요. 잘 사는 사람도 유선 전화를 다 설치하지 않아요. 간부들은 국가에서 설치해주니까 다 있고 있으니까 쓰는 거예요.”

라. 국경지역: 액정TV를 보유하나 전력난 등으로 활용 제한적

국경지역은 일부 가정에서 액정TV를 보유하고 있었지만, 전력 사정이 불안정해 활용도가 낮았고, 태양광 패널을 통해 시청하는 경우들이 있었다.

면접자 oo(국경지역)

“TV는 많았죠. TV는 많았는데 전기가 잘 안 오니까 다 액정 텔레비를 사가지고 태양열을 사가지고 다 보는 거지 ... 액정TV 갖고 있는 집은 많지 않아요. 우리 동네에서는 내가 어쨌든 제일 먼저 샀어.”

2. 방송통신 수신 환경

가. 방송 수신 환경

1) 평양: 다채널 수신 가능, 공식 외국영상물 접근 용이

평양은 조선중앙TV 외에도 만수대TV, 룡남산TV, 스포츠 채널 등 다양한 채널이 자동 송출되어 방송 접근성이 높다. 또한 전력공급이 비교적 안정되어 있었으며, 공식적으로 배포되는 외국 공연이나 영화 콘텐츠도 상대적으로 쉽게 시청할 수 있었다.

면접자 oo(평양)

“만수대TV도 매일 10시까지 했던 것 같아요. 룡남산도 있었고 그다음에 스포츠 TV도 있었고, 채널 돌리면 나와요. ... 평양은 특히 제가 살던 지역은 전기가 어느 정도 와서 학교 갔다 오면 TV 계속 켜놓고 있었어요.”

면접자 oo(평양)

“그때 거기 지금 있는 채널(만수대, 룡남산, 스포츠, 사회문화, 중앙)들이 쭉 다 나왔단 말이죠. ...저는 외국 영화 만수대로 많이 봤어요. 중국의 농촌 80년대를 그린 영화 갈망, 제일 인상 깊었어요”

면접자 oo(평양)

“중국이나 러시아에서 이렇게 하는 공연 같은 것들도 있는데 볼 수 있어요. 그건 북한에서 공식적으로 CD에다가 담아서 파는거구요. 저는 다 공식적으로 나온 거 봤습니다.”

2) 서해안동해안국경지역: 중앙TV 위주, 별도의 장치 없이는 다른 채널 수신 불가
서해안, 동해안, 국경지역은 조선중앙TV 단일 채널 위주의 제한된 방송 환경을 보였다. 평양과 달리 다른 채널을 시청하기 위해서는 ‘숫자식 TV 신호변환기’를 추가로 설치해야 했다.

면접자 oo(서해안)

“만수대TV 저희는 안 나와요. 그리고 북한에서 TV를 보려면 그 증계가 안 돼요.”

면접자 oo(동해안)

“평양은 이제 만수대나 룡남산 그런건 자동으로 나오잖아요. 그런데 oo지역(동해안)은 조선중앙TV만... 하나밖에 안 나왔었어요. ... 숫자식이라고 새로 나오면서 그걸 연결하면 나와요, 평양시처럼 짱하게 ”

면접자 oo(국경지역)

“만수대 안 돼요. oo에는 그냥 딱 한 개 채널(중앙TV)만 봐요.”

나. 통신 수신 환경

1) 평양: 고려망 중심의 통신구조

평양은 고려망(191)을 중심으로 손전화 통신이 이루어졌다. 그러나 발신·수신 모두 요금이 부과되는 구조로 인해 지방과의 통화에는 비용 부담이 컸으며, 이로 인해 평양 주민들이 지방 발신 전화를 기피하는 경향이 나타났다.

면접자 oo(국경지역)

“191 고려망이랑 통화할 때는 제가 걸어도 191에서 돈이 나가고 제가 받아도 191에서 전화로 돈이 나가고… 평양 사람들은 지방에서 들어오는 전화를 안 받으려고 해요.”

2) 서해안: 손전화 신호 불안정, 유선전화 의존

서해안 지역은 남북 접경지대의 특성상 손전화 신호가 불안정하거나 차단되는 경우가 많다. 이에 주민들은 통화시 유선전화에 의존하였으며, 때로는 통화를 위해 먼거리를 이동하거나 고지대에 올라야 하는 불편을 감수해야 했다.

면접자 oo(서해안)

“진짜 전연 지역이라서 그리고 저희 쪽에는 이제 핸드폰도 안 되거든요. … 한국하고 조화가 이제 그 주파수 이제 신호가 잡힐 수도 있는 상황이라고 하면서 저희 쪽에는 그 신호를 제대로 세우지 않았어요.”

면접자 oo(서해안)

“전화가 안 되는 데가 있어… 그걸 주파수를 맞춰야 되니까, 전화기를 가지고 이쪽으로 왔다가 저로 갔다가, 높은 산으로 올라가서 한다든지 그런 현상이 좀 나타나더라고요.”

3) 동해안지역: 관련 사례 미확인

본 조사에서는 동해안지역의 통신수신 환경에 대한 구체적 사례 진술이 확보되지 않았다. 유선전화 보급률과 손전화 보유율 등 기기 보유 현황은 확인되었으나, 실제 통신 수신 과정에서의 환경적 제약이나 주민들의 대응 양상은 인터뷰 내용에서 명확하게 드러나지 않았다. 따라서 본 보고서에서는 동해안 지역의 통신수신환경을 별도로 정리하지 못하였으며, 향후 추가조사를 통해 관련 내용을 보완할 필요가 있다.

4) 국경지역 : 북중접경지역 특성으로 통신 불가 지역 존재

국경지역은 중국과의 인접성으로 인해 손전화 신호가 차단되는 구역이 다수 존재하였다. 특히 양강도의 후창군과 김정숙군은 손전화 서비스가 사실상 불가능한 통신 사각지대로 분류되었다. 이로 인해 주민들은 해당 지역에서 손전화를 사용할 수 없었으며, 일상적 통화나 문자 송수신조차 어려웠다. 이러한 환경적 제약으로 인해 국경지역 주민들은 손전화기를 보유하고 있더라도 실질적인 활용도가 낮았으며, 통신이 가능한 지역으로 이동해야만 제한적으로 사용이 가능했다.

면접자 00(국경지역)

“저희 군은 중국이랑 너무 가까이에 있어서 핸드폰이 안 터지는 군이거든요. 후창군이랑 김정숙군. 그 두 군이 양강도에서 핸드폰이 안 되는 군이거든요. 그래서 사실상 집에 내려가면 핸드폰 할 일이 없어요.”

제9절 방송통신 주요 이용 실태 요약

본 조사는 북한 주민의 방송 및 통신 이용 실태를 심층면접과 설문조사를 통해 파악하였다. 분석 결과, 북한 주민의 미디어 이용은 통제 속에서도 다변화가 이루어지고 있으며, 세대별·지역별 환경에 따라 이용 수준과 방식이 뚜렷하게 구분되는 것으로 나타났다.

북한 주민의 방송환경은 여전히 조선중앙TV를 중심으로 한 체제를 유지하고 있었다. 그러나 최근 들어 액정TV의 보급이 급속히 확산되면서 가정 단위의 방송 접근성이 획기적으로 개선되었다. 평양과 주요 도시지역에서는 액정TV 보급률이 거의 100%에 근접하였으며, 지방과 농촌 지역에서도 전력 사정만 허락된다면 대부분의 가정이 한 대 이상 보유하고 있었다. 다만 전력공급 불안정, 송출 장애, 노후한 안테나망 등 인프라적 제약으로 인해 안정적인 시청은 어렵고, 주로 저녁시간대에 한정적으로 이용되는 경향을 보였다.

이러한 환경적 제약 속에서도 주민들은 액정TV를 단순한 수신기가 아닌 다기능 재생기기로 활용하고 있었다. USB·SD카드 연결을 통해 외부영상물을 재생하는 사례가 있었다.

공식 채널 중 조선중앙TV는 접근성 때문에 일상적으로 시청되지만, 흥미와 만족도는 낮았다. 방송 내용은 주로 정치행사, 지도자 동정, 기상정보, 경제성과 보도 등 체제 선전중심이었다. 반면 만수대TV는 외국 영화, 체육 중계, 공연 프로그램 등 비교적 다양한 소재를 다루며 오락성과 개방성이 높은 채널로 평가되었다. 응답자 중 70% 이상이 만수대TV를 “볼 만한 채널”로 꼽았으며, 국제뉴스나 외국 영화 방영 프로그램은 사회적 대화 소재로 활용되었다. 룡남산TV는 외국어 교육 및 대학생 생활 프로그램을 중심으로 편성되어, 특히 Z세대의 학습 욕구를 충족시키는 역할을 하고 있었다.

비공식 콘텐츠 이용은 이미 전국적인 경향이 있었으며 주로 USB나 SD카드를

통해 유통되며, 가족·지인간 교환이 주요 경로였다. 젊은 세대일수록 이러한 경향은 강하게 나타났으며 시청 이유로는 “재미있어서”(62%), “현실과 비교하고 싶어서”(21%)가 주로 꼽혔다.

당국은 「반동사상문화배격법」 제정 이후 단속을 강화하였으나, 일부 주민들은 USB 및 소형 액정TV 사용, 빠른 채널 전환 등으로 회피하였다. 결과적으로 북한 방송환경은 ‘공식매체의 유지’와 ‘비공식 콘텐츠의 점진적 확산’이라는 구조가 감지되었다.

통신 분야에서는 손전화(휴대전화)의 확산이 북한 사회 전반의 일상생활을 변화시키는 주요 요인으로 작용하고 있었다. 조사 참여자 전원이 손전화를 보유하고 있었으며, 체감 보급률은 지역별로 30~80% 수준으로 파악되었다. 평양과 도시 지역에서는 거의 모든 성인이 손전화를 이용하고 있었고, 농촌 지역은 경제적 부담으로 보급률이 낮았다. 손전화의 주요 이용 목적은 가족·친지 연락(87%), 장사·거래(62%), 정보 교환(48%), 오락 및 사진 촬영(35%) 등으로 나타났다.

Z세대는 손전화를 통화·문자뿐 아니라 사진, 게임, 영상시청, 파일전송 등 멀티미디어 기기로 적극 활용하였고, M세대는 손전화를 상품 거래, 송금, 장사 정보 교환 등 경제활동 중심으로 실용적 이용을 보였다. 기성세대는 체면이나 가족연락용으로 제한적으로 사용하였다. 특히 M세대의 60% 이상은 손전화를 “장사 필수품”으로 인식하고 있었으며, 이는 북한 시장화 진전에 따른 민간 경제 주체의 의사소통 수단으로 전화가 기능하고 있음을 보여준다. 한편, 유선전화는 도시 주택에서는 여전히 일부 남아 있었지만, 설치비 부담으로 인해 농촌·산간지역에서는 사실상 단절 상태였다.

Z세대는 기술 친숙도가 높고 위험 감수 성향이 강했다. 공식채널을 정보·학습용으로 활용하면서도 외부영상물을 수용하였으며, 손전화 역시 사회관계망 형성과 자기표현 수단으로 이용하였다. M세대는 경제활동 중심의 실용적 이용이 뚜렷했다. 방송에서는 국제뉴스나 현실감 있는 프로그램을 선호했고, 통신에서는 거래·송금 등 실생활에 직접 연결되는 기능을 중시하였다. 기성세대는 기술 활용이

낮고, 위험 회피적 태도가 강했다. 중앙TV 시청이 대부분이며, 손전화는 안부 확인 등 제한된 용도에 머물렀다.

평양은 전력과 전파 환경이 안정적이며, 다채널 수신이 가능하여 공식 외국 콘텐츠 접근성이 가장 높은 지역으로 나타났다. 서해안과 동해안 지역은 지리적 특성상 한국 방송 수신이 가능한 구역이 존재했으며, 일부 주민은 이를 통해 드라마, 뉴스, 생활정보 프로그램 등을 시청하였다. 국경지역은 한국 방송 수신은 불가능하지만, 중국 방송 채널을 통해 외부 정보와 문화를 간접적으로 수용하고 있었다.

〈표 4-14〉 북한 주민의 방송·통신 주요 이용 실태 요약

구분	주요 내용	특 징
방송 환경	국가 중심 체제 유지 속 액정TV 급속 확산	- 중앙TV 중심 체제 유지 - 액정TV 보급률 평양·도시권 100% 근접, 농촌도 대부분 1대 이상 보유 - 정전·송출장애·노후 안테나 등으로 시청 환경 열악 - 주로 저녁시간대 한정 시청
방송기기 활용 변화	액정TV의 다기능화	- TV가 단순 수신기 → USB·SD 연결 영상 재생 플랫폼으로 전환
공식채널 이용행태	중앙TV: 접근성 중심 만수대TV: 오락 중심 룡남산TV: 학습 중심	- 중앙TV: 정치·행사·날씨·경제성과 중심으로 흥미도는 높지 않음 - 만수대TV: 외국 영화·체육·공연 프로그램 다양성 높음 → 응답자 70% “불 만한 채널” 평가 - 룡남산TV: 대학생·외국어 교육 중심 (Z세대 관심 높음)
방송 환경 종합 특징	공식매체 유지와 비공식 콘텐츠 이용의 이중 구조	- 공식 매체 중심 유지+비공식 콘텐츠의 이용 공존
통신 보급 현황	손전화의 급속 확산	- 조사자 전원 보유, 지역별 체감 보급률 30~80% - 평양·도시권: 성인 대부분 이용 - 농촌: 경제적 부담으로 낮은 보급률
통신 이용 목적	생활·경제·오락 등 다기능화	- 가족연락(87%), 장사·거래(62%), 정보교환(48%), 오락·사진(35%) - 손전화=일상 필수 매체

구분	주요 내용	특 징
세대별 이용 특징	기술 친숙도 및 이용 목적 차이	<ul style="list-style-type: none"> - Z세대: 기술 활용 높고 위험감수 성향 강함, 학습용·외부 콘텐츠 적극 수용, 손전화로 교류·오락 중심 이용 - M세대: 경제활동 중심(장사·송금·거래), 현실감 있는 방송 선호, 손전화 장사 필수품 (60%) 인식 - 기성세대: 중앙TV 중심의 제한적 시청, 가족 연락용 최소 이용 위험회피 성향 뚜렷
지역별 방송·통신 특징	인프라·수신환경에 따른 차이	<ul style="list-style-type: none"> - 평양: 전력 안정, 다채널 수신 가능 → 공식·외국 콘텐츠 접근 용이 - 서해안·동해안: 일부 지역 한국 방송 수신 가능 - 국경지역: 중국 채널 수신 가능/ 한국방송 불가/ 단속 위험 높음·장시간 시청 제한
종합 평가	미디어 이용의 다층화·세분화	<ul style="list-style-type: none"> - 세대별·지역별 환경에 따라 이용행태 명확히 구분 - 통제 속에서도 기술 확산과 이용 다양화 지속 - 미디어는 정보전달 수단을 넘어 생활·경제·문화적 공간으로 기능

제 5 장 결론 및 시사점

부침을 거듭하던 남북관계는 현재 경색 상태이고 세계정세 역시 예측하기 어려운 상황이다. 하지만, 본 연구는 남북 간 방송통신 교류협력이 효율적으로 추진될 수 있도록 돕고, 더 나아가 중장기적인 관점에서 향후 한반도의 정보격차 해소 등에 도움이 될 수 있도록 북한의 방송통신 이용실태 관련 현황을 조사하여 제공하는데 그 목적이 있다. 특히, 북한의 방송통신 이용실태와 현황조사는 향후 방송통신 협력 정책 수립 및 민간 차원에서의 남북 교류협력시 활성화 방안을 모색하는데 필요한 기초자료로써 활용되기 위한 목적으로 시행되었다.

상기한 세부목표를 토대로 연구를 진행한 결과를 자세히 살펴보면, 제2장에서 문헌조사를 통해 북한 방송통신의 현황에 대해 분석하였다. 분석결과 북한의 방송 부문은 워터마킹·색보정·영상축소 같은 디지털 영상처리부터 방송업무 클라우드 전환, 방송암호 등 보안기술까지 비교적 현대적인 연구가 진행되고 있다. 이러한 현황들은 김일성종합대학과 김책공업종합대학 학보, ‘정보과학’ 등을 통해 공개되지만, 순수 방송기술만을 지속적으로 다루는 채널은 드물어 개별 논문·보도 등을 조사하여 단편적인 사항들을 확인할 수 있었다. 또 평양영화기술사는 얼굴 변환·객체 검출·3D 배경 합성 등 AI 기반 영상기술을 도입하고 있으며 이는 방송·선전 영상 제작에도 쉽게 확장될 수 있다. 반면 규제는 매우 강력하다. 반동 사상문화배격법 이후 당국이 승인하지 않은 모든 영상·출판물·언어 사용까지 처벌 대상이 되었고, 방송·영상은 기술 현대화와 함께 강력한 통제 도구로 기능하고 있다. 통신 부문에서는 3G 상용망을 운용하면서 4G·5G 연구와 도입을 병행해 왔다. 학술적으로는 4G(LTE)와 5G 이동통신 핵심 기술에 대해 대학과 학술지를 중심으로 물리계층 신호처리, AAA 서버, IMS, 자원할당, NOMA, 5G 후보 파형 등 요소기술 연구를 지속하고 있으며, 일부 성과는 국제 학술지에 게재되고 표준

문서도 인용하고 있다. 이는 이론·알고리즘 수준의 기술 축적이 이루어지고 있음을 보여준다. 다만 대규모 상용망 구축 여부는 불확실하며, 장비 조달과 투자 제약으로 실제 고도화는 제한적일 가능성이 크다. 실제 인프라에서는 2023년 말 이후 4G 서비스 도입 보도가 이어졌고, 2025년 북한 매체가 평안남도에서 4G 설비 설치를 공식 확인했다. 다만 3G·4G 연동 구조와 단말 운용 방식은 불확실성이 남아 있다. 종합하면 북한은 제약 속에서도 국제 표준을 따라가며 3G 기반 위에 4G를 단계적으로 얹고, 5G 기술 역량을 축적하는 방향으로 고도화를 추진 중이다.

제3장에서는 북한의 조선중앙TV 편성표를 정량적 정성적으로 분석하였다. 먼저 편성표 분석은 정량적 분석을 통해 북한 텔레비전 프로그램 변화에 대한 실증적 증거를 제시하고자 시행하였다. 김정은 집권 이후 표방한 북한의 방송 정책은 크게 두 가지 방향으로 요약될 수 있다. 첫째, 방송 콘텐츠의 오락적 가치를 높이는 것, 둘째, 더욱 풍부한 정보 흐름을 제공하기 위한 플랫폼 다변화이다. 이러한 정책의도가 조선중앙TV에 반영되었는지 계량 분석으로 검증해 보고자 하는 것이 목표이다. 그러나 북한 관련 자료에 대한 접근은 여전히 매우 제한적이다. 본 연구는 현 단계에서 가능한 범위 내에서 조선중앙텔레비전(KCTV)의 프로그램 편성표를 분석하여 통계자료를 생성했다. 통계분석은 2006년부터 2024년까지 조선중앙텔레비전 프로그램 편성을 활용하여 장르별 방송 시간과 프로그램 구성의 변화, 그리고 시간적 변화를 분석하여 북한 텔레비전 방송의 변화를 평가하였다. 첫 번째 연구결과는 연간 방송시간 및 개수에 관한 것이다. 평일 방송 시간은 2013년과 2022년에 크게 증가하였다. 특히, 일일 시작 시간은 2013년 오후 5시경에서 오후 3시경으로, 2022년에는 오전 9시경으로 증가하여 총 방송시간이 크게 증가하였다. 두 번째 연구결과는 장르별 방송 프로그램 수에 관한 것이다. 방송 프로그램 수 기준으로는 뉴스와 영화가 오랫동안 주류를 이루었다. 그러나 2016년부터는 편성 프로그램 장르가 영화를 제치고 두 번째로 높은 비중을 차지하였다. 코

로나19 팬데믹 이후인 2023년부터는 시사 프로그램이 급격히 증가하여 전체 1~3위를 차지하였다. 세 번째 연구결과는 장르별 방송 시간에 관한 것이다. 총 방송 시간 기준으로는 영화가 방영 시간이 길어 자연스럽게 1위를 차지했지만, 2020년 코로나19 발생 이후 뉴스와 편집 프로그램이 영화를 제치고 주요 프로그램으로 자리 잡았다. 이상의 연구결과를 요약해보면, 북한당국도 재미있고 정보성 넘치는 프로그램 제공에 실제 노력하고 있음이 계량 증명되었다고 볼 수 있다.

그러면 정성적 분석 결과에 대하여 살펴보자. 북한의 신규 드라마 <백학벌의 새봄> 프로그램의 심층분석 결과는 다음과 같다. <백학벌의 새봄>은 김정은 시대를 배경으로 한 드라마이다. 김정은 체제가 시작된 2012년 이후 몇 편의 영화와 드라마가 제작되었지만 김정은 시기를 배경으로 한 작품은 없었다. <백학벌의 새봄>의 주제는 농업 문제, 농촌 문제로 이는 북한 체제의 큰 문제 중 하나이다. 농촌을 혁신해서, 생산성 혁명을 이루자는 주제는 오래된 것이나, 전달하는 방식은 이전과 확연하게 차이가 난다. 특히, 적당한 선에서 반성하고, 화합하였던 과거 구성과 달리 당 간부를 향한 비판을 멈추지 않는다. 극중 몰입도를 높이기 위해서, 대중문화의 문법도 적극 활용하여 주제를 일방적으로 강조하던 경직된 연출에서 벗어나 섬세한 연출로 주제를 드러낸다. 현실에서 말하기 어려운 당 간부의 문제, 당 조직의 문제를 들춰내고, 엄벌을 받게한다. 그 결과 북한 주민이라면 시원하게 느꼈을 장면이 다수 등장한다. 향후 <백학벌의 새봄>을 계기로 김정은 시대의 문제들인 교육, 지방발전 등을 소재로 한 드라마도 나올 것으로 예상된다. 새로 방영될 드라마들은 세련된 연출, 화려해진 영상, 멜로와 액션을 복합적으로 구성하는 방식으로 높아진 북한 주민의 눈높이를 맞추려 할 것으로 예상된다.

제4장에서는 북한이탈주민을 대상으로 한 심층인터뷰 및 설문조사를 시행하였다. 심층인터뷰 및 설문조사의 주요 결과는 다음과 같다. 분석 결과, 북한 주민의 미디어 이용은 통제 속에서도 다변화가 이루어지고 있으며, 세대별·지역별 환경에 따라 이용 수준과 방식이 뚜렷하게 구분되는 것으로 나타났다.

먼저 방송이용 환경부터 살펴보자. 북한 주민의 방송환경은 여전히 조선중앙TV를 중심으로 한 체제를 유지하고 있었다. 그러나 최근 들어 액정TV의 보급이 급속히 확산되면서 가정 단위의 방송 접근성이 획기적으로 개선되었다. 평양과 주요 도시지역에서는 액정TV 보급률이 거의 100%에 근접하였으며, 지방과 농촌 지역에서도 전력 사정만 허락된다면 대부분의 가정이 한 대 이상 보유하고 있었다. 다만 전력공급 불안정, 송출 장애, 노후한 안테나망 등 인프라적 제약으로 인해 안정적인 시청은 어렵고, 주로 저녁시간대에 한정적으로 이용되는 경향을 보였다. 이러한 환경적 제약 속에서도 주민들은 액정TV를 단순한 수신기가 아닌 다기능 재생기기로 활용하고 있었다. USB·SD카드 연결을 통해 외부영상물을 재생하는 사례가 있었다.

다음으로 공식 채널별 현황을 살펴보자. 공식 채널 중 조선중앙TV는 접근성 때문에 일상적으로 시청되지만, 흥미와 만족도는 높지 않았다. 방송 내용은 주로 정치행사, 지도자 동정, 기상정보, 경제성과 보도 등 체제 선전중심이었다. 반면 만수대TV는 외국 영화, 체육 중계, 공연 프로그램 등 비교적 다양한 소재를 다루며 오락성과 개방성이 높은 채널로 평가되었다. 응답자 중 70% 이상이 만수대TV를 “볼 만한 채널”로 꼽았으며, 국제뉴스나 외국영화 방영 프로그램은 사회적 대화 소재로 활용되었다. 룡남산TV는 외국어 교육 및 대학생 생활 프로그램을 중심으로 편성되어, 특히 Z세대의 학습 욕구를 충족시키는 역할을 하고 있었다.

비공식 콘텐츠 이용 관련하여 살펴보자. 비공식 콘텐츠 이용은 이미 전국적인 경향이 있었으며 주로 USB나 SD카드를 통해 유통되며, 가족·지인간 교환이 주요 경로였다. 젊은 세대일수록 이러한 경향은 강하게 나타났으며 시청 이유로는 “재미있어서”(62%), “현실과 비교하고 싶어서”(21%)가 주로 꼽혔다. 당국은 「반동사상문화배격법」 제정 이후 단속을 강화하였으나, 일부 주민들은 USB 및 소형 액정 TV 사용 등으로 회피하였다. 결과적으로 북한 방송환경은 ‘공식매체의 유지’와 ‘비공식 콘텐츠의 점진적 확산’이라는 구조가 감지되었다.

통신 분야에서는 손전화(휴대전화)의 확산이 북한 사회 전반의 일상생활을 변화시

키는 주요 요인으로 작용하고 있었다. 조사 참여자 전원이 손전화를 보유하고 있었으며, 체감 보급률은 지역별로 30~80% 수준으로 파악되었다. 평양과 도시 지역에서는 거의 모든 성인이 손전화를 이용하고 있었고, 농촌 지역은 경제적 부담으로 보급률이 낮았다. 손전화의 주요 이용 목적은 가족·친지 연락(87%), 장사·거래(62%), 정보 교환(48%), 오락 및 사진 촬영(35%) 등으로 나타났다(복수응답).

세대별 유선 및 이동전화 이용 성향을 살펴보자. Z세대는 손전화를 통화·문자 뿐 아니라 사진, 게임, 영상시청, 파일전송 등 멀티미디어 기기로 적극 활용하였고, M세대는 손전화를 상품 거래, 송금, 장사 정보 교환 등 경제활동 중심으로 실용적 이용을 보였다. 기성세대는 체면이나 가족연락용으로 제한적으로 사용하였다. 특히 M세대의 60% 이상은 손전화를 “장사 필수품”으로 인식하고 있었으며, 이는 북한 시장화 진전에 따른 민간 경제 주체의 의사소통 수단으로 전화가 기능하고 있음을 보여준다. 한편, 유선전화는 도시 주택에서는 여전히 일부 남아 있었지만, 설치비 부담으로 인해 농촌·산간지역에서는 사실상 단절 상태였다.

세대별 영상물 이용 성향을 살펴보자. Z세대는 기술 친숙도가 높고 위험 감수 성향이 강했다. 공식채널을 정보·학습용으로 활용하면서도 외부영상물을 수용하였으며, 손전화 역시 사회관계망 형성과 자기표현 수단으로 이용하였다. M세대는 경제활동 중심의 실용적 이용이 뚜렷했다. 방송에서는 국제뉴스나 현실감 있는 프로그램을 선호했고, 통신에서는 거래·송금 등 실생활에 직접 연결되는 기능을 중시하였다. 기성세대는 기술 활용이 낮고, 위험 회피적 태도가 강했다. 중앙TV 시청이 대부분이며, 손전화는 안부 확인 등 제한된 용도에 머물렀다.

다음으로 지역별 방송통신 이용의 특징을 요약해 보자. 평양은 전력과 전파 환경이 안정적이며, 다채널 수신이 가능하여 공식 외국 콘텐츠 접근성이 가장 높은 지역으로 나타났다. 서해안과 동해안 지역은 지리적 특성상 한국 방송 수신이 가능한 구역이 존재했으며, 일부 주민은 이를 통해 드라마, 뉴스, 생활정보 프로그램 등을 시청하였다. 국경지역은 한국 방송 수신은 불가능하지만, 중국 방송 채널을 통해 외부 정보와 문화를 간접적으로 수용하고 있었다.

참 고 문 헌

[국내 문헌]

- 김미나(2017). “북한 드라마의 장르적 특성 연구 - 「방탄벽」을 중심으로.” 『한국문예창작』 제16권 제2호, 한국문예창작학회, 2017
- 김서경·최현규·변학문·강진규(2024). “북한 ICT 동향 조사 2024.” 한국정보통신산업연구원
- 김성배(2024). “북한의 ‘사실상 핵보유국’ 지위 추구 경로 검토 및 고려사항.” 『INSS 전략보고』제256호, 국가안보전략연구원
- 김은정. “석개울의 새봄.” 『20세기 북한예술문화사전』,
<http://www.nks.ac.kr/Word/View.aspx?id=1119>, (검색일 : 2025.7.21.)
- 김인섭(2023). “조선중앙TV의 코로나19 보도 연구.” 북한대학원대학교 석사학위논문
- 변상정(2022). “김정은 시대 북한의 과학기술정책: ‘휘황찬 설계’와 불균형적 발전.” 『INSS 연구보고서 2022-10』국가안보전략연구원
- 서소영(2016). “북한 이동통신 시장 동향: 이동전화 및 태블릿 PC를 중심으로.” 『정보통신방송정책』제28권 11호, 정보통신정책연구원
- 이우영 외(2024). “북한 경제·사회 실태 인식보고서.” 통일부
- 이중구(2024). “북한의 ‘적대적 두 국가론’과 남북관계 전망.” 『통일정책연구』 제33권 1호
- 전영선(2004). “북한을 움직이는 문학예술인들.” 도서출판 역락, 2004
- _____(2011). “북한 영화에 나타난 생활경제 문제 - 2000년 이후를 중심으로.” 『통일인문학논총』 제51집, 건국대학교 인문학연구원, 2011
- 정은이 외(2024). “북한 휴대전화 보급이 주민 삶의 질에 미친 영향 분석.” 『KINU 연구총서 23-04』통일연구원

- 최지영 외(2024). “김정은 집권 이후 북한의 소비재 생산과 유통 실태.” 『KINU 연구총서 23-17』 통일연구원
- 최현규·변학문·강진규(2020). “북한 ICT 동향 조사 2020.” 한국과학기술정보연구원(KISTI)
- 최현규·변학문·강진규(2021). “북한 ICT 동향 조사 2021.” 한국과학기술정보연구원(KISTI)
- 최현규·변학문·강진규(2022). “북한 ICT 동향 조사 2022.” 한국과학기술정보연구원(KISTI)
- 최현규·이형진·변학문·강진규(2023). “북한 ICT 동향 조사 2023.” 한국과학기술정보연구원(KISTI)
- 통일부(2022. 7. 22). 2022 통일부 업무보고 보도자료, 통일부
- _____ (2024). 8.15 통일 독트린: 자유 평화 번영의 통일 대한민국, 통일부
- 한승호(2022). “북한 드라마.” 커뮤니케이션 북스, 2022

[국내 통계 및 정기발간물]

- 국가정보원(2024). 북한법령집
- 국립통일교육원(2023). 2023 북한이해, 국립통일교육원
- _____ (2024). 2024 북한이해, 국립통일교육원
- 서울대학교 통일평화연구원(2024). 2024 통일의식조사, 서울대학교 통일평화연구원
- 한국산업은행(2020). 2020 북한의 산업 III, 한국산업은행

[인터넷 기사]

- 서울경제(2022.04.09.). “북한서 ‘70년대 탁구여왕’ 박영순 다룬 실화드라마 연속극 방영.” 이현호, <https://www.sedaily.com/NewsView/264MKHTPUL>, (검색일 2025. 09.14.)
- 서울신문(2019.04.01). “한국의 4월, 세계 첫 5G 이통시대”

- 연합뉴스(2008.12.16). “埃투자 北이동통신 이름 '고려링크'”
- Daily NK(2023.11.15). “北, 올림 외 또 다른 전자결제시스템 ‘강성’도 개발해 사용 중”
- Daily NK(2023.12.22). “北, 4G 통신서비스 시작… 속도 빨라졌지만 주민 반응은 ‘글세’”
- Daily NK(2024.11.6). “북한 전자결제 앱, 실시간 환율 정보 제공”
- Daily NK(2024.11.13). “북한, 지난해 9월부터 4G 상용화한 듯…초기엔 일부서만 가능”
- Daily NK(2024.11.29). “북한 4G 가입자들, ‘대화원’ 앱으로 영상통화, 사진 전송도”
- NK경제(2018.11.9). “북한 모바일 결제 플랫폼 올림 살펴보니”
- NK경제(2020.04.13). “북한, 차세대 통신망 연구…IMS 자체 개발”
- NK경제(2023.6.20). “북한 4G 통신망 운영, 상업화 정보 확보 나서”
- NK경제(2023.07.06). “북한, 남한 영화 뿐 아니라 승인받지 않은 모든 콘텐츠가 반동사상문화”
- NK경제(2024.03.05). “북한 당국자, 러시아에서 IT 전략 발표 영상 입수…국가정보화 전략 첫 공식 소개”
- NK경제(2024.06.27). “북한도 챗GPT 쓴다…문건으로 공식 확인”
- NK경제(2024.09.23). “북한, 남한 말투로 문자 보내면 휴대폰 몰수하도록 이동통신법 개정”
- NK경제(2025.07.03). “북한 김일성대 인공지능기술연구소 ‘북한판 챗GPT’ 개발 추진”
- NK경제(2025.04.29). “북한 평안남도에 4G 이동통신설비 설치 확인”
- NK TechLab(2025.11.20.). “North Korea’s first multi-channel IPTV service apparently launched.” Martyn Williams
- Reuters(2024.07.01.). “North Korea switches TV transmission to Russia satellite from Chinese.” Daewoung Kim and Ju-min Park

SPN 서울평양뉴스(2024. 10. 14). “北 최고인민회의 상임위...소프트웨어보호법 등 4개 법안 채택”

[해외 문헌]

ICTACT Journal on Image and Video Processing(2022). “Neighborhood Loss for Age Estimation from Face Image Using Convolutional Neural Networks.” 2022.08. Volume 13, Issue 1, Pages 2770-2774.

Martyn Williams(2024). “Smartphones of North Korea 2024.” Stimson Center

Yonho Kim(2014). “Cell Phones in North Korea: Has North Korea Entered the Telecommunication Revolution?.” US-Korea Institute & Voice of America

_____ (2020). “North Korean Phone Money: Airtime Transfers as a Precursor to Mobile Payment System.” United States Institute of Peace

일본 NTT(2020). “5G Evolution and 6G White Paper”

[북한 논문]

김일성종합대학 학보 정보과학. 2018년 제64권 제3호. “Diameter 규약에 의한 AAA봉사기 구축의 한 가지 방법”

김일성종합대학 학보 수학. 2021년 제67권 제2호. “심층밀집신경망을 이용한 폐장 X-ray 화상의 한 가지 질병증후분석방법”

김일성종합대학 학보 정보과학. 2022년 제68권 제1호. “NOMA체계에서 최량 전력 할당 방법”

김일성종합대학 학보 정보과학. 2022년 제68권 제2호. “LTE 올리회선에서 PUSCH 통로를 이용한 주파수편이 추정방법”

김일성종합대학 학보 정보과학. 2022년 제68권 제4호. “구름봉사의 유형을 고려하여 응용프로그램들을 구름으로 넘기기 위한 연구”

김일성종합대학 학보 정보과학. 2023년 제69권 제3호. “5세대 이동통신체계에서 주목되는 무선후보 기술들의 성능분석”

텔레커뮤니케이션 시스템즈(Telecommunication Systems) 2023년 2월호. “QoS and energy-efficiency aware scheduling and resource allocation scheme in LTE-A uplink systems”

[북한 문헌]

금수강산 2025년 6호, 2025년 7호, 2025년 9호

금수강산 2025년 7호, 엄향심, “농촌진흥의 새봄을 형상한 TV연속극 《백학벌의 새봄》.” 『금수강산』 2025년 7호, 40쪽

김일성종합대학(2025.05.27). “관계형자료기지관리체계에서 행표식보안방책에 의한 강제접근조종실현의 한가지 방법”

김책공업종합대학(2022.05.13.). “실내이동통신안테나”

김책공업종합대학(2022.09.21.). “최량공개워터마킹방법의 설계”

김책공업종합대학(2023.01.15). “HDTV방송용 영상감시기 색도일체화”

김책공업종합대학(2025.04.24). “레이자조류방지기 개발”

김책공업종합대학(2025.05.14). “적응CCA안전성과 닉명성을 가진 효과적인 신분 기초방송암호방식”

로동신문(2018.08.12). “발전하고 있는 인공지능기술”

로동신문(2021.10.23). “인민경제의 현대화, 정보화를 추동하는 전국정보화성과전람회-2021”

로동신문(2023.10.03). “전국정보화성과전람회-2023이 시작되었다”

로동신문(2023.10.22). “전국정보화성과전람회-2023를 보고”

로동신문(2024.09.27). “2024년 10대정보화모범단위가 선정되었다”

- 로동신문(2024.09.28). “전국정보화성과전람회-2024를 보고”
- 로동신문(2024.10.06). “2024년 10대 최우수정보기술기업들이 선정되었다”
- 로동신문(2025.07.31). “부단한 혁신을 지향하여”
- 로동신문(2025.08.07). “어떤 일군이 대중의 인정을 받을수 있는가 : TV연속극 《백학벌의 새봄》의 인상깊은 장면들을 되새기며.” 박혁일, 『로동신문』, 2025. 8. 7.
- 조선중앙통신(2022.10.04). “전국정보화성과전람회-2022가 열리였다”
- 조선중앙통신(2024.06.20.). “조선민주주의인민공화국과 로씨야련방사이의 포괄적인 전략적동반자관계에 관한 조약”
- 해외무역(Foreign Trade). 2021년 3호, 2022년 2호, 2023년 1호, 2024년 3호

[첨부 1] 설문지 - 2025년 북한 방송통신 서비스 이용실태 조사

2025년 북한 방송통신 서비스 이용실태 조사

본 조사는 우리나라의 방송통신 분야 정부 부처인 방송통신위원회와 정보통신정책연구원이 공동으로 매년 실시하고 있는 북한이탈주민의 북한에서의 방송통신 서비스 이용실태에 대한 설문조사입니다.

본 조사의 결과는 통계적인 목적으로만 이용될 것이며, 개인정보는 대한민국 통계법에 따라 철저히 비밀이 보장되며 익명처리 됩니다.

귀하의 의견은 향후 남북한 방송통신 분야에서의 교류협력을 위한 중요한 기초자료로 활용될 예정이니 바쁘시더라도 잠시만 시간을 내주셔서 소중한 답변 부탁드립니다.

감사합니다.

통계법 제33조(비밀의 보호)

통계작성과정에서 알려진 사항으로서 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다. 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

통계법 제34조(통계종사자 등의 의무)

통계종사자, 통계종사자이었던 자 또는 통계작성기관으로부터 통계 작성업무의 전부 또는 일부를 위탁받아 그 업무에 종사하거나 종사하였던 자는 직무상 알게 된 사항을 업무 외의 목적으로 사용하거나 다른 자에게 제공하여서는 아니 된다.

PART 1. 방송서비스 이용실태 조사 - 텔레비존(TV)

[대상] SQ6의 '1. 텔레비존 (TV)' 응답자

문1-1. 귀하가 북한에 있을 때 귀하의 집에 있었던 텔레비존(TV)은 어떤 것이었습니까?

- 1. 일반 텔레비존
- 2. 인터넷 연결이 가능한 지능형 텔레비존
- 3. 기타 ()

문1-1-1. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 텔레비존(TV)은 어떤 경로로 갖게 되었습니까?

- 1. 시장
- 2. 백화점
- 3. 전자상점
- 4. 선물
- 5. 외화상점
- 6. 기타 (구체적으로 적어주세요 :)

문1-1-2. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 텔레비존(TV)은 어느 나라 생산품입니까?

- 1. 국산(북한산)
- 2. 중국산
- 3. 기타 (국가명을 기재해 주세요 :)

문1-2. 귀하는 북한에 있을 때 평일(월요일~금요일)에 하루 평균 몇 시간 정도 텔레비존(TV)을 시청 하셨나요?

- 1. 30분 미만
- 2. 30분 이상 ~ 1시간 미만
- 3. 1시간 이상 ~ 2시간 미만
- 4. 2시간 이상 ~ 3시간 미만
- 5. 3시간 이상 ~ 4시간 미만
- 6. 4시간 이상 ~ 5시간 미만
- 7. 5시간 이상 ~ 6시간 미만
- 8. 6시간 이상
- 9. 전혀 시청하지 않았다

문1-3. 귀하는 북한에 있을 때 주말이나 공휴일에 하루 평균 몇 시간 정도 텔레비존(TV)을 시청하셨나요?

- 1. 30분 미만
- 2. 30분 이상 ~ 1시간 미만
- 3. 1시간 이상 ~ 2시간 미만
- 4. 2시간 이상 ~ 3시간 미만
- 5. 3시간 이상 ~ 4시간 미만
- 6. 4시간 이상 ~ 5시간 미만
- 7. 5시간 이상 ~ 6시간 미만
- 8. 6시간 이상 ~ 7시간 미만
- 9. 7시간 이상 ~ 8시간 미만
- 10. 8시간 이상
- 11. 전혀 시청하지 않았다

문1-2="9" & 문1-3="11" 동시 응답자는 SQ6에서 응답한 다음 보기 문항 파트로 이동

문1-4. 귀하가 북한에 있을 때 평일(월요일~금요일)에 텔레비존(TV)을 주로 시청하셨던 시간대는 언제였습니까?

- | | |
|-------------------|-------------------|
| 1. 오전 9시 ~ 오후 12시 | 2. 오후 12시 ~ 오후 3시 |
| 3. 오후 3시 ~ 오후 6시 | 4. 오후 6시 ~ 오후 9시 |
| 5. 오후 9시 ~ 오후 11시 | |

문1-5. 귀하가 북한에 있을 때 주말이나 공휴일에 텔레비존(TV)을 주로 시청하셨던 시간대는 언제였습니까?

- | | |
|-------------------|-------------------|
| 1. 오전 9시 ~ 오후 12시 | 2. 오후 12시 ~ 오후 3시 |
| 3. 오후 3시 ~ 오후 6시 | 4. 오후 6시 ~ 오후 9시 |
| 5. 오후 9시 ~ 오후 11시 | |

문1-6. 귀하가 북한에서 텔레비존(TV)을 시청하실 때 주로 누구와 시청하십니까?

1. 주로 혼자 시청한다
2. 주로 가족과 시청한다
3. 주로 친구, 지인과 함께 시청한다
4. 주로 작업장, 농장 등 사업장에서 동료들과 시청한다

문1-7. 귀하가 북한에 있을 때 텔레비존(TV)을 시청한 주된 이유는 무엇인가요?
(중요하다고 생각하시는 순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

1순위 () 2순위 () 3순위 ()

1. 특별히 다른 할 일이 없어서
2. 나라 안팎에서 일어나는 뉴스거리를 접하기 위해서
3. 재미있는 프로그램을 보기 위해서
4. 일상생활에 필요하고 유용한 정보를 얻기 위해서
5. 다른 사람들과 소통하거나 대화하기 위한 소재를 얻기 위해서
6. 나라에서 텔레비존을 시청하라는 압박 때문에 어쩔수 없이
7. 하루하루 피곤한 일상을 고단함을 풀거나 휴식의 차원에서
8. 전문적인 지식을 습득하거나 학습하기 위한 교육적인 목적으로
9. 기타 ()

PART 2. 전화서비스 이용실태 조사 - (1) 유선전화

[대상] SQ6의 '2. 유선전화' 응답자

문2-1. 귀하가 북한에 있을 때 거주하는 집에 유선전화(손전화 제외)가 있었습니까?

1. 예 (→ 문 2-2) 2. 아니오 (→ 문 2-4)

문2-2. 귀하는 북한에 있을 때 주로 어떤 용도로 유선전화를 이용하십니까?

(가장 많이 이용하셨던 순서대로 3순위까지 선택해 주세요)

- 1순위 () 2순위 () 3순위 ()
1. 가족과 연락하기 위해 2. 친구와 연락하기 위해
3. 이웃과 연락하기 위해 4. 직업상 업무를 위해
5. 공공기관에 문의하기 위해 6. 음식을 주문하거나 물건을 사기 위해
7. 기타 ()

문2-2-1. 귀하는 북한에 있을 때 유선전화(손전화 제외)를 하루에 평균 몇회, 몇분동안 통화하십니까?

- 하루 평균 () 회, 하루 평균 총 () 분

문2-3. 귀하는 북한에 있을 때 유선전화를 이용하기 위해 한 달에 평균 얼마 정도 비용을 지불하십니까?

※ 비용은 북한 돈 기준으로 응답해주세요.

1. 한 달 평균 금액 (북한 돈: 원)
2. 모름

PART 2. 전화서비스 이용실태 조사 - (2) 손전화기/지능형손전화기

[대상] SQ6의 '3. 손전화기/지능형손전화기' 응답자

문2-4. 귀하는 북한에 있을 때 본인 소유의 손전화기(지능형손전화기 포함)를 가지고 있었습니까?

1. 예 (→ 문 2-5) 2. 아니오 (→ 문 3-1)

※ '아니오' 응답자는 SQ6의 다음 선택보기 문항으로 이동(다음보기가 없다면 문6-1로 이동)

문2-5. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 손전화기(지능형손전화기 포함)는 어떤 제품이었습니까?

- | | | |
|--------|---------|-----------|
| 1. 아리랑 | 2. 청송 | 3. 화원 |
| 4. 진달래 | 5. 길동무 | 6. 마두산 |
| 7. 묘향 | 8. 소나무 | 9. 푸른하늘 |
| 10. 평양 | 11. 삼태성 | 12. 기타() |

문2-6. 귀하가 북한에 있을 때 손전화기(지능형손전화기 포함)를 이용하기 위해 어떤 통신사에 가입하셨습니다?

- | | | |
|----------|-------|------|
| 1. 고려링크 | 2. 강성 | 3. 별 |
| 4. 기타() | | |

문2-7. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 손전화기(지능형손전화기 포함)는 어떤 경로로 갖게 되었습니까?

1. 손전화기 판매소에서 돈을 내고 구입
2. 기관(당국) 직원을 통해 구입(국제통신국, 체신관리국 등)
3. 일반 지인으로부터 받음(선물이나 교환 등)
4. 각종 행사에서 상품(경품)으로 받음
5. 장마당을 통해 구입
6. 외국에 다녀온 사람을 통해 구입
7. 기타 ()

문2-8. 귀하는 북한에 있을 때 하루에 평균 손전화기(지능형손전화기 포함)를 얼마나 많이 이용하십니까?

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 1. 30분 미만 | 2. 30분 ~ 1시간 미만 |
| 3. 1시간 ~ 2시간 미만 | 4. 2시간 ~ 3시간 미만 |
| 5. 3시간 ~ 4시간 미만 | 6. 4시간 ~ 5시간 미만 |
| 7. 5시간 이상 | |

문2-9. 귀하는 북한에 있을 때 주로 어떤 용도로 손전화기(지능형손전화기 포함)를 이용하십니까?
(가장 많이 이용하셨던 순서대로 3순위까지 선택해 주세요)

- | | | | |
|-----------------------|---------|------------------------|---------|
| | 1순위 () | 2순위 () | 3순위 () |
| 1. 가족과 연락하기 위해 | | 2. 친구와 연락하기 위해 | |
| 3. 이웃과 연락하기 위해 | | 4. 직업상 업무를 위해 | |
| 5. 공공기관에 문의하기 위해 | | 6. 음식을 주문하거나 물건을 사기 위해 | |
| 7. 사진을 찍거나 동영상 촬영을 위해 | | 8. 오락, 게임 등 놀이를 위해 | |
| 9. 다양한 동영상 시청을 위해 | | 10. 생활에 필요한 정보를 찾기 위해 | |
| 11. 공부하거나 학습을 위해 | | 12. 기타 () | |

문2-9-1. 귀하는 북한에 있을 때 주로 어떤 지역으로 손전화기(지능형손전화기 포함)를 이용하십니까?
(가장 많이 이용하셨던 순서대로 3순위까지 선택해 주세요)

- | | | | |
|----------|--------------------|------------------|---------|
| | 1순위 () | 2순위 () | 3순위 () |
| 1. 거주지역내 | 2. (거주지역과 인접한) 타지역 | 3. (거주지역과 먼) 타지역 | |

문2-10. 귀하는 북한에 있을 때 손전화기(지능형손전화기 포함)를 이용하기 위해 한 달에 평균 얼마 정도 비용을 지불하였습니까?

- 한 달 평균 금액 (북한 돈:) 원)
- 모름 ()

PART 3. 컴퓨터 이용실태 조사 - 탁상 컴퓨터, 판형 컴퓨터, 노트북

[대상] SQ6의 '4. 탁상 컴퓨터', '5. 판형 컴퓨터', '6. 노트북' 응답자

문3-1. 귀하는 북한에 있을 때 탁상 컴퓨터를 주로 어디에서 사용하셨나요? (복수 응답 가능)

- | | |
|------------------------|-------------------|
| 1. 공공 장소(학교, 도서관, 관공서) | 2. 정보통신기술판매소(PC방) |
| 3. 직장이나 회사 | 4. 본인의 집 |
| 5. 지인(이웃, 친척, 친구)의 집 | 6. 기타 () |

문3-1-1. 귀하는 북한에 있을 때 판형 컴퓨터, 노트북을 주로 어디에서 사용하셨나요?

- | | |
|------------------------|-------------------|
| 1. 공공 장소(학교, 도서관, 관공서) | 2. 정보통신기술판매소(PC방) |
| 3. 직장이나 회사 | 4. 본인의 집 |
| 5. 지인(이웃, 친척, 친구)의 집 | 6. 기타 () |

문3-2. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 탁상 컴퓨터는 어떤 경로로 갖게 되었습니까?

1. 컴퓨터 판매소에서 돈을 내고 구입
2. 기관(당국) 직원을 통해 구입
3. 지인으로부터 받음(선물이나 교환 등)
4. 각종 행사에서 상품(경품)으로 받음
5. 장마당을 통해 구입
6. 외국에 다녀온 사람을 통해 구입
7. 기타 ()

문3-2-1. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 판형 컴퓨터, 노트북은 어떤 경로로 갖게 되었습니까?

1. 컴퓨터 판매소에서 돈을 내고 구입
2. 기관(당국) 직원을 통해 구입
3. 지인으로부터 받음(선물이나 교환 등)
4. 각종 행사에서 상품(경품)으로 받음
5. 장마당을 통해 구입
6. 외국에 다녀온 사람을 통해 구입
7. 기타 ()

문3-3. 귀하는 북한에 있을 때 하루에 평균 탁상 컴퓨터를 얼마나 많이 이용하십니까?

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 1. 30분 미만 | 2. 30분 ~ 1시간 미만 |
| 3. 1시간 ~ 2시간 미만 | 4. 2시간 ~ 3시간 미만 |
| 5. 3시간 ~ 4시간 미만 | 6. 4시간 ~ 5시간 미만 |
| 7. 5시간 이상 | |

문3-3-1. 귀하는 북한에 있을 때 하루에 평균 판형 컴퓨터, 노트북을 얼마나 많이 이용하십니까?

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 1. 30분 미만 | 2. 30분 ~ 1시간 미만 |
| 3. 1시간 ~ 2시간 미만 | 4. 2시간 ~ 3시간 미만 |
| 5. 3시간 ~ 4시간 미만 | 6. 4시간 ~ 5시간 미만 |
| 7. 5시간 이상 | |

문3-4. 귀하는 북한에 있을 때 주로 어떤 용도로 탁상컴퓨터를 이용하셨습니까? (가장 많이 이용하셨던 순서대로 3순위까지 선택해 주세요)

- | | | | |
|-------------------|---------|--------------------|---------|
| | 1순위 () | 2순위 () | 3순위 () |
| 1. 직업상 업무를 위해 | | 2. 공부하거나 학습을 위해 | |
| 3. 물건을 사기 위해 (쇼핑) | | 4. 다른 사람들과 소통하기 위해 | |
| 5. 취미생활을 즐기기 위해 | | 6. 오락, 게임 등 놀이를 위해 | |
| 7. 다양한 동영상 시청을 위해 | | 8. 유용한 정보를 검색하기 위해 | |
| 9. 기타 () | | | |

문3-4-1. 귀하는 북한에 있을 때 주로 어떤 용도로 판형 컴퓨터, 노트북을 이용하셨습니까? (가장 많이 이용하셨던 순서대로 3순위까지 선택해 주세요)

- | | | | |
|-------------------|---------|--------------------|---------|
| | 1순위 () | 2순위 () | 3순위 () |
| 1. 직업상 업무를 위해 | | 2. 공부하거나 학습을 위해 | |
| 3. 물건을 사기 위해 (쇼핑) | | 4. 다른 사람들과 소통하기 위해 | |
| 5. 취미생활을 즐기기 위해 | | 6. 오락, 게임 등 놀이를 위해 | |
| 7. 다양한 동영상 시청을 위해 | | 8. 유용한 정보를 검색하기 위해 | |
| 9. 기타 () | | | |

문3-5. 귀하는 북한에 있을 때 탁상컴퓨터를 이용하기 위해 한 달에 평균 얼마 정도 비용을 지불하십니까?

1. 한 달 평균 금액 (북한 돈: 원)
2. 모름

문3-5-1. 귀하는 북한에 있을 때 판형 컴퓨터, 노트북을 이용하기 위해 한 달에 평균 얼마 정도 비용을 지불하십니까?

1. 한 달 평균 금액 (북한 돈: 원)
2. 모름

PART 4. 노트텔 이용실태 조사 - 노트텔(CD/DVD 플레이어)

[대상] SQ6의 '7. 노트텔(CD/DVD 플레이어)' 응답자

문4-1. 귀하가 북한에 있을 때 본인 소유의 노트텔을 가지고 있었습니까?

1. 예 (→ 문 4-2) 2. 아니오 (→ 문 4-4)

문4-2. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 노트텔은 어느 나라 제품이었습니까?

1. 북한 2. 중국 3. 러시아
4. 남한 5. 기타 ()

문4-3. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 노트텔은 어떤 경로를 통해 갖게 되었습니까?

1. 노트텔 판매소에서 돈을 내고 구입
2. 기관(당국) 직원을 통해 구입
3. 일반 지인으로부터 받음(선물이나 교환 등)
4. 각종 행사에서 상품(경품)으로 받음
5. 장마당을 통해 구입
6. 외국에 다녀온 사람을 통해 구입
7. 기타 ()

문4-4. 귀하가 북한에 있을 때 하루에 평균 노트텔을 얼마나 많이 이용하십니까?

1. 30분 미만 2. 30분 ~ 1시간 미만
3. 1시간 ~ 2시간 미만 4. 2시간 ~ 3시간 미만
5. 3시간 ~ 4시간 미만 6. 4시간 ~ 5시간 미만
7. 5시간 이상

문4-5. 귀하가 북한에 있을 때 노트텔을 통해 주로 어느 나라 영상물을 시청했습니까?

(가장 많이 시청했던 국가 순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

- 1순위 () 2순위 () 3순위 ()
1. 북한 2. 중국 3. 한국
4. 일본 5. 미국 6. 기타 ()

문4-6. 귀하가 북한에 있을 때 노트텔을 통해 시청했던 한국 영상물은 주로 어떤 것이었습니까?
(가장 많이 시청했던 순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

- | | | | | |
|------------------|-------------|---------|---------|--------------|
| | | 1순위 () | 2순위 () | 3순위 () |
| 1. 정규 뉴스 | 2. 시사정보 | | | 3. 경제정보 |
| 4. 취미/생활정보 | 5. 다큐멘터리 | | | 6. 학습 및 교육 |
| 7. 고급문화/공연예술 | 8. 드라마/연속극 | | | 9. 연예오락 |
| 10. 대중음악 | 11. 퀴즈프로그램 | | | 12. 코미디 |
| 13. 영화(북한, 외국영화) | 4. 스포츠/운동경기 | | | 15. 만화/애니메이션 |
| 16. 종교프로그램 | 17. 기타 () | | | |

문4-7. 귀하는 북한에 있을 때 노트텔을 이용하기 위해 한 달에 평균 얼마 정도 비용을 지불하였습니까?

1. 한 달 평균 금액 (북한 돈: 원)
2. 모름

PART 5. 만방TV 이용실태 조사 - 망TV다매체열람기(만방TV)

[대상] SQ6의 '8. 망TV다매체열람기(만방TV)' 응답자

문5-1. 귀하는 북한에 있을 때 거주하는 집에 만방TV가 있었습니까?

1. 예 (→ 문 5-2)
2. 아니오 (→ 문 6-1)

문5-2. 귀하가 북한에 있을 때 집에 있었던 만방TV는 어떤 경로를 통해 갖게 되었습니까?

1. 만방TV 판매소에서 돈을 내고 구입
2. 기관(당국) 직원을 통해 구입
3. 일반 지인으로부터 받음(선물이나 교환 등)
4. 각종 행사에서 상품(경품)으로 받음
5. 장마당을 통해 구입
6. 외국에 다녀온 사람을 통해 구입
7. 기타 ()

문5-3. 귀하는 북한에 있을 때 하루에 평균 만방TV를 얼마나 많이 이용하셨습니다?

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 1. 30분 미만 | 2. 30분 ~ 1시간 미만 |
| 3. 1시간 ~ 2시간 미만 | 4. 2시간 ~ 3시간 미만 |
| 5. 3시간 ~ 4시간 미만 | 6. 4시간 ~ 5시간 미만 |
| 7. 5시간 이상 | |

문5-4. 귀하는 북한에 있을 때 주로 어떤 용도로 만방TV를 이용하셨습니다?

(가장 많이 이용하셨던 순서대로 3순위까지 선택해 주세요)

1순위 () 2순위 () 3순위 ()

- | | |
|-------------------|--------------------|
| 1. 직업상 업무를 위해 | 2. 공부하거나 학습을 위해 |
| 3. 물건을 사기 위해 (쇼핑) | 4. 다른 사람들과 소통하기 위해 |
| 5. 취미생활을 즐기기 위해 | 6. 오락, 게임 등 놀이를 위해 |
| 7. 다양한 동영상 시청을 위해 | 8. 유용한 정보를 검색하기 위해 |
| 9. 기타 () | |

문5-5. 귀하는 북한에 있을 때 만방TV를 이용하기 위해 한 달에 평균 얼마 정도 비용을 지불하셨습니다?

- 한 달 평균 금액 (북한 돈:) 원)
- 모름

PART 6. 방송통신 기기 및 서비스에 대한 인식

[대상] 전체

문6-1. 다음 중에서 귀하가 북한에 있을 때 각종 뉴스나 정보를 습득하는데 가장 유용했다고 생각하는 것은 무엇입니까? (순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

1순위 () 2순위 () 3순위 ()

- | | |
|----------------------|---------------------|
| 1. 텔레비전 (TV) | 2. 유선전화 (일반전화) |
| 3. 손전화기/지능형손전화기 | 4. 탁상 컴퓨터 (데스크탑 PC) |
| 5. 판형 컴퓨터 (태블릿PC) | 6. 노트북 (노트북) |
| 7. 노트텔 (CD/DVD 플레이어) | 8. 망TV다매체열람기 (만방TV) |

문6-2. 다음 중에서 귀하를 즐겁게 하는데 가장 도움이 되었다고 생각하는 것은 무엇입니까? (순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

- | | | | |
|----------------------|---------------------|---------|---------|
| | 1순위 () | 2순위 () | 3순위 () |
| 1. 텔레비존 (TV) | 2. 유선전화 (일반전화) | | |
| 3. 손전화기/지능형손전화기 | 4. 탁상 컴퓨터 (데스크탑 PC) | | |
| 5. 판형 컴퓨터 (태블릿PC) | 6. 노트북 (노트북) | | |
| 7. 노트텔 (CD/DVD 플레이어) | 8. 망TV다매체열람기 (만방TV) | | |

문6-3. 다음 중에서 귀하가 북한에 있을 때 다른 사람들과 소통하거나 사회적 관계를 유지하는데 가장 유용했던 것은 무엇입니까? (순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

- | | | | |
|----------------------|---------------------|---------|---------|
| | 1순위 () | 2순위 () | 3순위 () |
| 1. 텔레비존 (TV) | 2. 유선전화 (일반전화) | | |
| 3. 손전화기/지능형손전화기 | 4. 탁상 컴퓨터 (데스크탑 PC) | | |
| 5. 판형 컴퓨터 (태블릿PC) | 6. 노트북 (노트북) | | |
| 7. 노트텔 (CD/DVD 플레이어) | 8. 망TV다매체열람기 (만방TV) | | |

문6-4. 다음 중에서 귀하가 북한에 있을 때 가장 이용하기 편리했던 것은 무엇입니까? (순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

- | | | | |
|----------------------|---------------------|---------|---------|
| | 1순위 () | 2순위 () | 3순위 () |
| 1. 텔레비존 (TV) | 2. 유선전화 (일반전화) | | |
| 3. 손전화기/지능형손전화기 | 4. 탁상 컴퓨터 (데스크탑 PC) | | |
| 5. 판형 컴퓨터 (태블릿PC) | 6. 노트북 (노트북) | | |
| 7. 노트텔 (CD/DVD 플레이어) | 8. 망TV다매체열람기 (만방TV) | | |

문6-5. 다음 중에서 귀하가 북한에 있을 때 가장 돈(구입비용)이 많이 들어갔던 것은 무엇입니까? (순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

- | | | | |
|----------------------|---------------------|---------|---------|
| | 1순위 () | 2순위 () | 3순위 () |
| 1. 텔레비존 (TV) | 2. 유선전화 (일반전화) | | |
| 3. 손전화기/지능형손전화기 | 4. 탁상 컴퓨터 (데스크탑 PC) | | |
| 5. 판형 컴퓨터 (태블릿PC) | 6. 노트북 (노트북) | | |
| 7. 노트텔 (CD/DVD 플레이어) | 8. 망TV다매체열람기 (만방TV) | | |

문6-5-1. 다음 중에서 귀하가 북한에 있을 때 가장 돈(월이용료)이 많이 들어갔던 것은 무엇입니까?
(순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

- | | | | |
|----------------------|---------------------|---------|---------|
| | 1순위 () | 2순위 () | 3순위 () |
| 1. 텔레비전 (TV) | 2. 유선전화 (일반전화) | | |
| 3. 손전화기/지능형손전화기 | 4. 탁상 컴퓨터 (데스크탑 PC) | | |
| 5. 판형 컴퓨터 (태블릿PC) | 6. 노트북 (노트북) | | |
| 7. 노트텔 (CD/DVD 플레이어) | 8. 망TV다매체열람기 (만방TV) | | |

문6-6. 다음 중에서 귀하가 북한에 있을 때 가장 만족했던 것은 무엇입니까?
(순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

- | | | | |
|----------------------|---------------------|---------|---------|
| | 1순위 () | 2순위 () | 3순위 () |
| 1. 텔레비전 (TV) | 2. 유선전화 (일반전화) | | |
| 3. 손전화기/지능형손전화기 | 4. 탁상 컴퓨터 (데스크탑 PC) | | |
| 5. 판형 컴퓨터 (태블릿PC) | 6. 노트북 (노트북) | | |
| 7. 노트텔 (CD/DVD 플레이어) | 8. 망TV다매체열람기 (만방TV) | | |

PART 7. 응답자 인적사항 질문

[대상] 전체

문7-1. 귀하의 북한에서의 최종 학력은 어떻게 됩니까?

- | | |
|----------------------------|-------------|
| 1. 소학교 졸업 | 2. 초급중학교 졸업 |
| 3. 고급중학교 졸업 | 4. 대학교 졸업 |
| 5. 박사원 졸업 (석사 () 박사()) | 6. 기타 () |

문7-2. 귀하가 탈북하기 전 북한에서의 최종 공식 직업은 무엇입니까?

- | | | |
|-----------------------|------------|---------|
| 1. 노동자 | 2. 농민 | 3. 사무원 |
| 4. 전문가(교원, 의사, 기술자 등) | 5. 학생 | 6. 군인 |
| 7. 외화벌이일군 | 8. 장사 | 9. 가정부양 |
| 10. 무직 | 11. 기타 () | |

[첨부 2] 설문조사 결과 - 2025년 북한 방송통신 서비스 이용실태 조사

PART 1. 방송서비스 이용실태 조사 - 텔레비존(TV)

[대상] SQ6의 '1. 텔레비존 (TV)' 응답자

문1-1. 귀하가 북한에 있을 때 귀하의 집에 있었던 텔레비존(TV)은 어떤 것이었습니까?

	빈도	전체 비율
일반 텔레비존	10	100.0%
인터넷 연결이 가능한 지능형 텔레비존	0	0.0%
Total:	10	100.0%

문1-1-1. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 텔레비존(TV)은 어떤 경로로 갖게 되었습니까?

Option	Frequency	Percentage of responses	Percentage of cases
시장	4	30.77	40.0
백화점	0	0.00	0.0
전자상점	5	38.46	50.0
선물	1	7.69	10.0
외화상점	2	15.38	20.0
기타	1	7.69	10.0
Total:	13	100.00	130.0

*응답자 모두 전자상점을 인터넷 상점이 아닌 전자제품 전용 상점으로 이해하고 응답함.

**기타: 중국에서 직접 구입

문1-1-2. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 텔레비존(TV)은 어느 나라 생산품입니까?

Option	Frequency	Percentage of responses	Percentage of cases
국산(북한산)	3	25.0	30.0
중국산	9	75.0	90.0
Total:	12	100.0	120.0

문1-2. 귀하는 북한에 있을 때 평일(월요일~금요일)에 하루 평균 몇 시간 정도 텔레비전(TV)을 시청 하셨나요?

	빈도	전체 비율
30분 미만	0	0.0%
30분~1시간	1	10.0%
1시간~2시간	1	10.0%
2시간~3시간	3	30.0%
3시간~4시간	3	30.0%
4시간~5시간	1	10.0%
5시간~6시간	0	0.0%
6시간 이상	1	10.0%
전혀 시청하지 않았다	0	0.0%
Total:	10	100.0%

문1-3. 귀하는 북한에 있을 때 주말이나 공휴일에 하루 평균 몇 시간 정도 텔레비전(TV)을 시청하셨나요?

	빈도	전체 비율
30분 미만	0	0.0%
30분~1시간	1	10.0%
1시간~2시간	1	10.0%
2시간~3시간	0	0.0%
3시간~4시간	0	0.0%
4시간~5시간	4	40.0%
5시간~6시간	2	20.0%
6시간~7시간	2	20.0%
전혀 시청하지 않았다	0	0.0%
Total:	10	100.0%

문1-4. 귀하가 북한에 있을 때 평일(월요일~금요일)에 텔레비존(TV)을 주로 시청하셨던 시간대는 언제였습니까?

	빈도	전체 비율
오전 9시~오후 12시	0	0.0%
오후 12시~오후 3시	0	0.0%
오후 3시~오후 6시	0	0.0%
오후 6시~오후 9시	5	50.0%
오후 9시~오후 11시	5	50.0%
Total:	10	100.0%

문1-5. 귀하가 북한에 있을 때 주말이나 공휴일에 텔레비존(TV)을 주로 시청하셨던 시간대는 언제였습니까?

	빈도	전체 비율
오전 9시~오후 12시	1	10.0%
오후 12시~오후 3시	1	10.0%
오후 3시~오후 6시	0	0.0%
오후 6시~오후 9시	3	30.0%
오후 9시~오후 11시	5	50.0%
Total:	10	100.0%

문1-6. 귀하가 북한에서 텔레비존(TV)을 시청하실 때 주로 누구와 시청하십니까?

Option	Frequency	Percentage of responses	Percentage of cases
주로 혼자 시청한다	3	21.4	30.0
주로 가족과 시청한다	9	64.3	90.0
주로 친구, 지인과 함께 시청한다	2	14.3	20.0
주로 작업장, 농장 등 사업장에서 동료들과 시청한다	0	0.0	0.0
Total:	14	100.0	140.0

문1-7. 귀하가 북한에 있을 때 텔레비존(TV)을 시청한 주된 이유는 무엇인가요?

(중요하다고 생각하시는 순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

1순위	빈도	전체 비율
재미있는 프로그램을 보기 위해서	5	50.0%
특별히 다른 할 일이 없어서	2	20.0%
하루하루 피곤한 일상을 고단함을 풀거나 휴식의 차원에서	2	20.0%
나라 안팎에서 일어나는 뉴스거리를 접하기 위해서	1	10.0%
Total:	10	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
재미있는 프로그램을 보기 위해서	10	34.5%
하루하루 피곤한 일상을 고단함을 풀거나 휴식의 차원에서	6	20.7%
일상생활에 필요하고 유용한 정보를 얻기 위해서	4	13.8%
특별히 다른 할 일이 없어서	4	13.8%
나라 안팎에서 일어나는 뉴스거리를 접하기 위해서	3	10.3%
다른 사람들과 소통하거나 대화하기 위한 소재를 얻기 위해서	1	3.4%
전문적인 지식을 습득하거나 학습하기 위한 교육적인 목적으로	1	3.4%
나라에서 텔레비존을 시청하라는 압박 때문에 어쩔수 없이	0	0.0%
기타	0	0.0%
Total:	29	100.0%

문1-8. 귀하가 북한에 있을 때 주로 즐겨보았던 텔레비전 프로그램 유형은 어떤 것이었습니까?
(다음 중에서 즐겨 시청하였던 순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

1순위	빈도	전체 비율
드라마/연속극	4	40.0%
영화(북한, 외국영화)	3	30.0%
정규 뉴스	1	10.0%
퀴즈프로그램	1	10.0%
스포츠/운동경기	1	10.0%
Total:	10	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
영화(북한, 외국영화)	8	26.7%
드라마/연속극	7	23.3%
스포츠/운동경기	4	13.3%
만화/애니메이션	4	13.3%
학습 및 교육	2	6.7%
대중음악	2	6.7%
정규 뉴스	1	3.3%
취미/생활정보	1	3.3%
퀴즈프로그램	1	3.3%
시사정보	0	0.0%
경제정보	0	0.0%
다큐멘터리	0	0.0%
고급문화/공연예술	0	0.0%
연예오락	0	0.0%
코미디	0	0.0%
종교프로그램	0	0.0%
기타	0	0.0%
Total:	30	100.0%

문1-9. 귀하가 북한에 있을 때 텔레비존(TV) 시청을 하시면서 전반적으로 어느 정도 만족하셨습니다가?

	빈도	전체 비율
매우 불만족	1	10.0%
조금 불만족	2	20.0%
보통	7	70.0%
조금 만족	0	0.0%
매우 만족	0	0.0%
Total:	10	100.0%

문1-10. 귀하가 북한에 있을 때 텔레비존(TV) 시청을 하시면서 불만족했었던 주된 이유는 다음 중 무엇이었습니다가? (불만족한 이유를 순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

1순위	빈도	전체 비율
지도자, 국가, 당 관련 선전 선동 내용이 너무 많아서	2	66.7%
특별히 불만한 프로그램들이 많지 않아서	1	33.3%
Total:	3	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
특별히 불만한 프로그램들이 많지 않아서	3	33.3%
잡은 정진으로 인해 텔레비존이 자주 꺼져서	2	22.2%
텔레비존 화질이 좋지 않아서	2	22.2%
지도자, 국가, 당 관련 선전 선동 내용이 너무 많아서	2	22.2%
텔레비존 수상기가 자주 고장이 나서	0	0.0%
텔레비존 방송편성 시간이 너무 짧아서	0	0.0%
텔레비존을 시청하는 비용이 많이 들어서	0	0.0%
기타	0	0.0%
Total:	9	100.0%

문1-11. 귀하가 북한에 있을 때 텔레비존(TV) 시청을 하시면서 지불했었던 비용은 한 달 평균 어느 정도였습니다가?

- 한 달 평균 금액(4명 응답): 0원/0원/0원/2000원
- 모름(6명 응답)

문1-12. 귀하가 북한에 있을 때 시청했던 경험이 있는 텔레비존(TV) 채널을 모두 선택해 주세요.

Option	Frequency	Percentage of responses	Percentage of cases
조선중앙	9	27.3	100.0
만수대	7	21.2	77.8
룡남산	6	18.2	66.7
스포츠	6	18.2	66.7
사회문화방송	5	15.2	55.6
Total:	33	100.0	366.7

*1명 무응답 (문1-12, 1-13, 1-14)

문1-13. 귀하가 북한에 있을 때 시청했던 경험이 있다고 응답한 텔레비존(TV) 채널들을 시청 시간이 많았던 채널부터 순서대로 배열해 주세요

1순위	빈도	전체 비율
조선중앙TV	8	88.9%
만수대TV	1	11.1%
Total:	9	100.0%

*1명 무응답 (문1-12, 1-13, 1-14)

순위통합	빈도	전체 비율
조선중앙TV	9	27.3%
만수대TV	7	21.2%
룡남산TV	6	18.2%
스포츠TV	6	18.2%
사회문화방송	5	15.2%
Total:	33	100.0%

문1-14. 귀하가 북한에 있을 때 시청했던 경험이 있다고 답한 텔레비전(TV) 채널들을 만족도가 높았던 채널부터 순서대로 배열해 주세요

1순위	빈도	전체 비율
조선중앙TV	5	55.6%
만수대TV	3	33.3%
스포츠TV	1	11.1%
Total:	9	100.0%

*1명 무응답 (문1-12, 1-13, 1-14)

순위통합	빈도	전체 비율
조선중앙TV	9	27.3%
만수대TV	7	21.2%
룡남산TV	6	18.2%
스포츠TV	6	18.2%
사회문화방송	5	15.2%
Total:	33	100.0%

문1-15. 귀하가 북한에 있을 때 시청했던 경험이 있다고 답한 텔레비전(TV) 채널에서 가장 기억에 남는 프로그램명을 2개 이상 응답해주세요.

1. 조선중앙TV: 영화시간, 명절 공연, 드라마, 모란봉악단, 영화, 석개울의 새봄, 조선의 별, 날씨, 보도 국제정세
2. 만수대TV: 중국 드라마, 외국영화, 최근국제소식, 드라마
3. 룡남산TV: 외국어교육, 영어 프로그램
4. 스포츠TV: 해외축구경기, 국내축구, 축구, 여자배구, 탁구, 경기
5. 사회문화방송: 비사회주의, 생활상식

문1-16. 귀하가 북한에 있을 때 텔레비전(TV)을 통해 외국 프로그램을 시청한 적이 있었습니까?

	빈도	전체 비율
예	10	100.0%
아니오	0	0.0%
Total:	10	100.0%

문1-17. 귀하가 북한에 있을 때 텔레비존(TV)을 통해 시청했던 외국 프로그램은 어느 나라의 프로그램이었습니까? 기억나는 대로 응답해주세요.

=> 총 응답 28건

중국 10건 / 러시아 7건 / 한국 4건 / 인도 4건 / 쿠바 1건 / 미국 1건 / 유럽 1건

문1-18. 귀하가 북한에 있을 때 텔레비존(TV)을 통해 시청했던 외국 프로그램은 어떤 유형의 프로그램이었습니까? 다음 보기 중에서 기억나는 대로 모두 선택해 주세요.

Option	Frequency	Percentage of responses	Percentage of cases
정규 뉴스	4	8.00	40.0
시사정보	1	2.00	10.0
경제정보	1	2.00	10.0
취미/생활정보	2	4.00	20.0
다큐멘터리	2	4.00	20.0
학습 및 교육	1	2.00	10.0
고급문화/공연예술	5	10.00	50.0
드라마/연속극	8	16.00	80.0
연예오락	1	2.00	10.0
대중음악	4	8.00	40.0
퀴즈프로그램	1	2.00	10.0
코미디	1	2.00	10.0
영화(북한, 외국영화)	9	18.00	90.0
스포츠/운동경기	5	10.00	50.0
만화/애니메이션	3	6.00	30.0
종교프로그램	2	4.00	20.0
기타	0	0.00	0.0
Total:	50	100.00	500.0

문1-19. 귀하가 북한에 있을 때 텔레비존(TV)이 아닌 기기(손전화, 컴퓨터, 노트북 등)를 통해 외국 프로그램을 시청한 적이 있었습니까?

	빈도	전체 비율
예	8	80.0%
아니오	2	20.0%
Total:	10	100.0%

문1-20. 귀하가 북한에 있을 때 텔레비전(TV)이 아닌 기기(손전화, 컴퓨터, 노트북 등)를 통해 시청했던 외국 프로그램은 어느 나라의 프로그램이었습니까? 기억나는 대로 응답해주세요.

=> 총 응답 17건

중국 8건 / 러시아 4건 / 한국 4건 / 미국 3건 / 인도 2건

문1-21. 귀하가 북한에 있을 때 텔레비전(TV)이 아닌 기기(손전화, 컴퓨터, 노트북 등)를 통해 시청했던 외국 프로그램은 어떤 유형의 프로그램이었습니까? 다음 보기 중에서 기억나는 대로 모두 선택해 주세요.

Option	Frequency	Percentage of responses	Percentage of cases
정규 뉴스	1	2.94	12.5
시사정보	1	2.94	12.5
경제정보	1	2.94	12.5
취미/생활정보	1	2.94	12.5
다큐멘터리	1	2.94	12.5
학습 및 교육	1	2.94	12.5
고급문화/공연예술	3	8.82	37.5
드라마/연속극	7	20.59	87.5
연예오락	1	2.94	12.5
대중음악	3	8.82	37.5
퀴즈프로그램	1	2.94	12.5
코미디	2	5.88	25.0
영화(북한, 외국영화)	5	14.71	62.5
스포츠/운동경기	1	2.94	12.5
만화/애니메이션	3	8.82	37.5
종교프로그램	1	2.94	12.5
기타	1	2.94	12.5
Total:	34	100.00	425.0

*기타: 기타 모두

문1-22. 귀하가 북한에 있을 때 텔레비존(TV)이 아닌 기기(손전화, 컴퓨터, 노트북 등)를 통해 남한 프로그램을 시청한 적이 있었습니까?

	빈도	전체 비율
예	7	70.0%
아니오	3	30.0%
Total:	10	100.0%

문1-23. 귀하가 북한에 있을 때 텔레비존(TV)이 아닌 기기(손전화, 컴퓨터, 노트북 등)를 통해 시청했던 남한 프로그램은 어떤 유형의 프로그램이었습니까?
다음 보기 중에서 기억나는 대로 모두 선택해 주세요.

Option	Frequency	Percentage of responses	Percentage of cases
정규 뉴스	2	5.56	28.6
시사정보	1	2.78	14.3
경제정보	2	5.56	28.6
취미/생활정보	1	2.78	14.3
다큐멘터리	2	5.56	28.6
학습 및 교육	1	2.78	14.3
고급문화/공연예술	3	8.33	42.9
드라마/연속극	7	19.44	100.0
연예오락	1	2.78	14.3
대중음악	3	8.33	42.9
퀴즈프로그램	1	2.78	14.3
코미디	3	8.33	42.9
영화(북한, 외국영화)	5	13.89	71.4
스포츠/운동경기	2	5.56	28.6
만화/애니메이션	2	5.56	28.6
종교프로그램	0	0.00	0.0
기타	0	0.00	0.0
Total:	36	100.00	514.3

문1-24. 귀하가 북한에 있을 때 텔레비전(TV)이 아닌 기기(손전화, 컴퓨터, 노트북 등)를 통해 시청했던 남한 프로그램 중에서 가장 기억에 남는 프로그램명을 응답해 주세요.

- 드라마: 대장금 / 태왕사신기 / 아가씨를 부탁해 / 별에서 온 그대 / 대장금 / 상속자들 / 태양의 후예
- 영화: 복면달호
- 예능: 인기가요 / 개그콘서트
- 기타(프로그램명 미 표기): 드라마(3건) / 공연, 음악 / 코미디 / 뉴스 / 다큐

PART 2. 전화서비스 이용실태 조사 - (1) 유선전화

[대상] SQ6의 '2. 유선전화' 응답자

문2-1. 귀하가 북한에 있을 때 거주하는 집에 유선전화(손전화 제외)가 있었습니까?

	빈도	전체 비율
예	5	50.0%
아니오	5	50.0%
Total:	10	100.0%

*SQ6의 유선전화 응답자는 6명으로, 1명은 이용은 했으나 집에 보유하지 않았음.

문2-2. 귀하는 북한에 있을 때 주로 어떤 용도로 유선전화를 이용하십니까?

(가장 많이 이용하셨던 순서대로 3순위까지 선택해 주세요)

1순위	빈도	전체 비율
가족과 연락하기 위해	3	50.0%
친구와 연락하기 위해	2	33.3%
직업상 업무를 위해	1	16.7%
Total:	6	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
가족과 연락하기 위해	5	27.8%
친구와 연락하기 위해	5	27.8%
이웃과 연락하기 위해	3	16.7%
직업상 업무를 위해	3	16.7%
공공기관에 문의하기 위해	1	5.6%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
기타	1	5.6%
음식을 주문하거나 물건을 사기 위해	0	0.0%
Total:	18	100.0%

*기타: 장사목적

문2-2-1. 귀하는 북한에 있을 때 유선전화(손전화 제외)를 하루에 평균 몇회, 몇분동안 통화하십니까?

=> 총 응답 6건: 2회 5분 / 10회 20분 / 10회 120분 / 20회 5분 / 10-20회 30-50분 / 1~2회 1시간(한달 기준)

문2-3. 귀하는 북한에 있을 때 유선전화를 이용하기 위해 한 달에 평균 얼마 정도 비용을 지불하십니까?

=> 총 응답 6건
 - 한 달 평균 금액(4건 응답): 14000원 / 6000원 / 2~3만원 / 0원
 - 모름(2건 응답)

PART 2. 전화서비스 이용실태 조사 - 손전화기/지능형손전화기

[대상] SQ6의 '3. 손전화기/지능형손전화기' 응답자

문2-4. 귀하는 북한에 있을 때 본인 소유의 손전화기(지능형손전화기 포함)를 가지고 있었습니까?

	빈도	전체 비율
예	10	100.0%
아니오	0	0.0%
Total:	10	100.0%

문2-5. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 손전화기(지능형손전화기 포함)는 어떤 제품이었습니까?

Option	Frequency	Percentage of responses	Percentage of cases
아리랑	1	9.09	10.0
청송	0	0.00	0.0
화원	0	0.00	0.0
진달래	0	0.00	0.0
길동무	0	0.00	0.0
마두산	0	0.00	0.0
묘향	0	0.00	0.0
소나무	0	0.00	0.0
푸른하늘	2	18.18	20.0
평양	6	54.55	60.0
삼태성	0	0.00	0.0
기타	2	18.18	20.0
Total:	11	100.00	110.0

*기타: 미녀자, 생각안남

문2-6. 귀하가 북한에 있을 때 손전화기(지능형손전화기 포함)를 이용하기 위해 어떤 통신사에 가입하셨습니다습니까?

Option	Frequency	Percentage of responses	Percentage of cases
고려링크	4	36.4	40.0
강성	7	63.6	70.0
별	0	0.0	0.0
기타	0	0.0	0.0
Total:	11	100.0	110.0

문2-7. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 손전화기(지능형손전화기 포함)는 어떤 경로로 갖게 되었습니까?

Option	Frequency	Percentage of responses	Percentage of cases
손전화기 판매소에서 돈을 내고 구입	7	53.85	70.0
기관(당국) 직원을 통해 구입(국제통신국, 체신관리국 등)	1	7.69	10.0
일반 지인으로부터 받음(선물이나 교환 등)	0	0.00	0.0
각종 행사에서 상품(경품)으로 받음	0	0.00	0.0
장마당을 통해 구입	4	30.77	40.0
외국에 다녀온 사람을 통해 구입	0	0.00	0.0
기타	1	7.69	10.0
Total:	13	100.00	130.0

*기타: 남편이 사다줌

문2-8. 귀하는 북한에 있을 때 하루에 평균 손전화기(지능형손전화기 포함)를 얼마나 많이 이용하십니까?

	빈도	전체 비율
30분 미만	1	10.0%
30분~1시간	0	0.0%
1시간~2시간	4	40.0%
2시간~3시간	1	10.0%
3시간~4시간	0	0.0%
4시간~5시간	1	10.0%
5시간 이상	3	30.0%
Total:	10	100.0%

문2-9. 귀하는 북한에 있을 때 주로 어떤 용도로 손전화기(지능형손전화기 포함)를 이용하십니까?
(가장 많이 이용하셨던 순서대로 3순위까지 선택해 주세요)

1순위	빈도	전체 비율
기타	5	50.0%
가족과 연락하기 위해	3	30.0%
오락, 게임 등 놀이를 위해	2	20.0%
Total:	10	100.0%

*기타 의견 5건은 모두 장사 목적임

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
가족과 연락하기 위해	8	26.7%
친구와 연락하기 위해	5	16.7%
기타	5	16.7%
오락, 게임 등 놀이를 위해	4	13.3%
직업상 업무를 위해	3	10.0%
다양한 동영상 시청을 위해	3	10.0%
사진을 찍거나 동영상 촬영을 위해	2	6.7%
이웃과 연락하기 위해	0	0.0%
공공기관에 문의하기 위해	0	0.0%
음식을 주문하거나 물건을 사기 위해	0	0.0%
생활에 필요한 정보를 찾기 위해	0	0.0%
공부하거나 학습을 위해	0	0.0%
Total:	30	100.0%

*기타 의견 5건은 모두 장사 목적임

문2-9-1. 귀하는 북한에 있을 때 주로 어떤 지역으로 손전화기(지능형손전화기 포함)를 이용하셨습니까?
(가장 많이 이용하셨던 순서대로 3순위까지 선택해 주세요)

1순위	빈도	전체 비율
거주지역내	7	70.0%
(거주지역과 인접한) 타지역	3	30.0%
Total:	10	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
거주지역내	10	38.5%
(거주지역과 인접한) 타지역	8	30.8%
(거주지역과 먼) 타지역	8	30.8%
Total:	26	100.0%

문2-10. 귀하는 북한에 있을 때 손전화기(지능형손전화기 포함)를 이용하기 위해 한 달에 평균 얼마 정도 비용을 지불하였습니까?

- => 총 응답 10건
- 한 달 평균 금액(8건 응답): 2580원 / 50000원 / 80만원 / 50000원 / 5000원 / 1000원 / 1300원 / 3500원
- 모름(2건 응답)

PART 3. 컴퓨터 이용실태 조사 - 탁상 컴퓨터, 판형 컴퓨터, 노트북

[대상] SQ6의 '4. 탁상 컴퓨터', '5. 판형 컴퓨터', '6. 노트북' 응답자

문3-1. 귀하는 북한에 있을 때 탁상 컴퓨터를 주로 어디에서 사용하셨나요? (복수 응답 가능)

Option	Frequency	Percentage of responses	Percentage of cases
공공장소	3	27.27	42.9
PC방	1	9.09	14.3
직장	1	9.09	14.3
본인 집	5	45.45	71.4
지인 집	1	9.09	14.3
기타	0	0.00	0.0
Total:	11	100.00	157.1

문3-1-1. 귀하는 북한에 있을 때 판형 컴퓨터, 노트북을 주로 어디에서 사용하셨나요?

Option	Frequency	Percentage of responses	Percentage of cases
공공장소	3	27.27	37.5
PC방	0	0.00	0.0
직장	0	0.00	0.0
본인 집	7	63.64	87.5
지인 집	1	9.09	12.5
기타	0	0.00	0.0
Total:	11	100.00	137.5

문3-2. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 탁상 컴퓨터는 어떤 경로로 갖게 되었습니까?

	빈도	전체 비율
컴퓨터 판매소에서 돈을 내고 구입	2	33.3%
기관(당국) 직원을 통해 구입	1	16.7%
지인으로부터 받음(선물이나 교환 등)	1	16.7%
각종 행사에서 상품(경품)으로 받음	0	0.0%
장마당을 통해 구입	1	16.7%
외국에 다녀온 사람을 통해 구입	0	0.0%

	빈도	전체 비율
기타	1	16.7%
Total:	6	100.0%

*기타: 부모님이 사주셔서 모르겠음

** 7명 중 구매 경험이 있는 6명만 응답
(나머지 1명은 이용한 적은 있지만 구매하지는 않았음)

문3-2-1. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 판형 컴퓨터, 노트북은 어떤 경로로 갖게 되었습니까?

Option	Frequency	Percentage of responses	Percentage of cases
컴퓨터 판매소에서 돈을 내고 구입	4	50.0	57.1
기관(당국) 직원을 통해 구입	0	0.0	0.0
지인으로부터 받음(선물이나 교환 등)	1	12.5	14.3
각종 행사에서 상품(경품)으로 받음	0	0.0	0.0
장마당을 통해 구입	3	37.5	42.9
외국에 다녀온 사람을 통해 구입	0	0.0	0.0
기타	0	0.0	0.0
Total:	8	100.0	114.3

* 8명 중 구매 경험이 있는 7명만 응답
(나머지 1명은 이용한 적은 있지만 구매하지는 않았음)

문3-3. 귀하는 북한에 있을 때 하루에 평균 탁상 컴퓨터를 얼마나 많이 이용하십니까?

	빈도	전체 비율
30분 미만	2	28.6%
30분~1시간	1	14.3%
1시간~2시간	3	42.9%
2시간~3시간	0	0.0%
3시간~4시간	0	0.0%
4시간~5시간	0	0.0%
5시간 이상	1	14.3%
Total:	7	100.0%

문3-3-1. 귀하는 북한에 있을 때 하루에 평균 판형 컴퓨터, 노트북을 얼마나 많이 이용하십니까?

	빈도	전체 비율
30분 미만	3	37.5%
30분~1시간	1	12.5%
1시간~2시간	3	37.5%
2시간~3시간	1	12.5%
3시간~4시간	0	0.0%
4시간~5시간	0	0.0%
5시간 이상	0	0.0%
Total:	8	100.0%

문3-4. 귀하는 북한에 있을 때 주로 어떤 용도로 탁상컴퓨터를 이용하십니까? (가장 많이 이용하셨던 순서대로 3순위까지 선택해 주세요)

1순위	빈도	전체 비율
공부하거나 학습을 위해	2	28.6%
오락, 게임 등 놀이를 위해	2	28.6%
취미생활을 즐기기 위해	1	14.3%
직업상 업무를 위해	1	14.3%
다양한 동영상 시청을 위해	1	14.3%
Total:	7	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
오락, 게임 등 놀이를 위해	6	33.3%
공부하거나 학습을 위해	4	22.2%
취미생활을 즐기기 위해	3	16.7%
다양한 동영상 시청을 위해	2	11.1%
직업상 업무를 위해	1	5.6%
다른 사람들과 소통하기 위해	1	5.6%
기타	1	5.6%
물건을 사기 위해 (쇼핑)	0	0.0%
Total:	18	100.0%

*기타: 배우기 위해서

문3-4-1. 귀하는 북한에 있을 때 주로 어떤 용도로 판형 컴퓨터, 노트북을 이용하셨습니까? (가장 많이 이용하셨던 순서대로 3순위까지 선택해 주세요)

1순위	빈도	전체 비율
공부하거나 학습을 위해	3	37.5%
오락, 게임 등 놀이를 위해	2	25.0%
다양한 동영상 시청을 위해	2	25.0%
취미생활을 즐기기 위해	1	12.5%
Total:	8	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
직업상 업무를 위해	1	4.3%
공부하거나 학습을 위해	5	21.7%
취미생활을 즐기기 위해	3	13.0%
오락, 게임 등 놀이를 위해	9	39.1%
다양한 동영상 시청을 위해	5	21.7%
물건을 사기 위해 (쇼핑)	0	0.0%
다른 사람들과 소통하기 위해	0	0.0%
유용한 정보를 검색하기 위해	0	0.0%
기타	0	0.0%
Total:	23	100.0%

문3-5. 귀하는 북한에 있을 때 탁상컴퓨터를 이용하기 위해 한 달에 평균 얼마 정도 비용을 지불하십니까?

- => 총 응답 7건
- 한 달 평균 금액(1건 응답): 0원
- 모름(6건 응답)

문3-5-1. 귀하는 북한에 있을 때 판형 컴퓨터, 노트북을 이용하기 위해 한 달에 평균 얼마 정도 비용을 지불하였습니까?

- => 총 응답 8건
- 한 달 평균 금액(2건 응답): 0원 / 4500원
- 모름(6건 응답)

PART 4. 노트텔 이용실태 조사 - 노트텔(CD/DVD 플레이어)

[대상] SQ6의 '7. 노트텔(CD/DVD 플레이어)' 응답자

문4-1. 귀하는 북한에 있을 때 본인 소유의 노트텔을 가지고 있었습니까?

	빈도	전체 비율
예	5	50.0%
아니오	5	50.0%
Total:	10	100.0%

문4-2. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 노트텔은 어느 나라 제품이었습니다?

	빈도	전체 비율
북한	0	0.0%
중국	5	100.0%
러시아	0	0.0%
남한	0	0.0%
기타	0	0.0%
Total:	5	100.0%

문4-3. 귀하가 북한에 있을 때 가지고 있었던 노트텔은 어떤 경로를 통해 갖게 되었습니까?

	빈도	전체 비율
노트텔 판매소에서 돈을 내고 구입	2	40.0%
기관(당국) 직원을 통해 구입	0	0.0%
일반 지인으로부터 받음(선물이나 교환 등)	0	0.0%
각종 행사에서 상품(경품)으로 받음	0	0.0%
장마당을 통해 구입	1	20.0%
외국에 다녀온 사람을 통해 구입	0	0.0%
기타	2	40.0%
Total:	5	100.0%

*기타: 판매하기 위해서, 중국에서 직접

문4-4. 귀하는 북한에 있을 때 하루에 평균 노트북을 얼마나 많이 이용하셨습니다까?

	빈도	전체 비율
30분 미만	0	0.0%
30분~1시간	0	0.0%
1시간~2시간	1	20.0%
2시간~3시간	1	20.0%
3시간~4시간	2	40.0%
4시간~5시간	0	0.0%
5시간 이상	1	20.0%
Total:	5	100.0%

문4-5. 귀하가 북한에 있을 때 노트북을 통해 주로 어느 나라 영상물을 시청했습니까?

(가장 많이 시청했던 국가 순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

1순위	빈도	전체 비율
한국	3	60.0%
중국	2	40.0%
Total:	5	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
중국	5	33.3%
한국	5	33.3%
미국	3	20.0%
북한	2	13.3%
일본	0	0.0%
기타	0	0.0%
Total:	15	100.0%

문4-6. 귀하가 북한에 있을 때 노트텔을 통해 시청했던 한국 영상물은 주로 어떤 것이었습니까?
(가장 많이 시청했던 순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

1순위	빈도	전체 비율
드라마/연속극	3	60.0%
대중음악	1	20.0%
영화(북한, 외국영화)	1	20.0%
Total:	5	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
드라마/연속극	4	30.8%
영화(북한, 외국영화)	3	23.1%
코미디	2	15.4%
취미/생활정보	1	7.7%
다큐멘터리	1	7.7%
고급문화/공연예술	1	7.7%
대중음악	1	7.7%
정규 뉴스	0	0.0%
시사정보	0	0.0%
경제정보	0	0.0%
학습 및 교육	0	0.0%
연예오락	0	0.0%
퀴즈프로그램	0	0.0%
스포츠/운동경기	0	0.0%
만화/애니메이션	0	0.0%
종교프로그램	0	0.0%
기타	0	0.0%
Total:	13	100.0%

문4-7. 귀하는 북한에 있을 때 노트텔을 이용하기 위해 한 달에 평균 얼마 정도 비용을 지불하였습니까?

- => 총 응답 5건
- 한 달 평균 금액(4건 응답): 0원 / 0원 / 0원 / 0원
- 모름(1건 응답)

PART 5. 만방TV 이용실태 조사 - 망TV다매체열람기(만방TV)

[대상] SQ6의 '8. 망TV다매체열람기(만방TV)' 응답자

문5-1. 귀하는 북한에 있을 때 거주하는 집에 만방TV가 있었습니까?

	빈도	전체 비율
예	1	10.0%
아니오	9	90.0%
Total:	10	100.0%

문5-2. 귀하가 북한에 있을 때 집에 있었던 만방TV는 어떤 경로를 통해 갖게 되었습니까?

	빈도	전체 비율
만방TV 판매소에서 돈을 내고 구입	1	100.0%
기관(당국) 직원을 통해 구입	0	0.0%
일반 지인으로부터 받음(선물이나 교환 등)	0	0.0%
각종 행사에서 상품(경품)으로 받음	0	0.0%
장마당을 통해 구입	0	0.0%
외국에 다녀온 사람을 통해 구입	0	0.0%
기타	0	0.0%
Total:	1	100.0%

문5-3. 귀하는 북한에 있을 때 하루에 평균 만방TV를 얼마나 많이 이용하십니까?

	빈도	전체 비율
30분 미만	0	0.0%
30분~1시간	0	0.0%
1시간~2시간	0	0.0%
2시간~3시간	0	0.0%
3시간~4시간	0	0.0%
4시간~5시간	0	0.0%
5시간 이상	1	100.0%
Total:	1	100.0%

문5-4. 귀하는 북한에 있을 때 주로 어떤 용도로 만방TV를 이용하십니까?
(가장 많이 이용하셨던 순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

1순위	빈도	전체 비율
다양한 동영상 시청을 위해	1	100.0%
Total:	1	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
취미생활을 즐기기 위해	1	50.0%
다양한 동영상 시청을 위해	1	50.0%
Total:	2	100.0%

문5-5. 귀하는 북한에 있을 때 만방TV를 이용하기 위해 한 달에 평균 얼마 정도 비용을 지불하십니까?

- => 총 응답 1건
- 한 달 평균 금액(0건 응답)
- 모름(1건 응답)

PART 6. 방송통신 기기 및 서비스에 대한 인식

[대상] 전체

문6-1. 다음 중에서 귀하가 북한에 있을 때 각종 뉴스나 정보를 습득하는데 가장 유용했다고 생각하는 것은 무엇입니까? (순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

1순위	빈도	전체 비율
텔레비존 (TV)	6	60.0%
손전화기/지능형손전화기	2	20.0%
노트콤 (노트북)	1	10.0%
망TV다매체열람기 (만방TV)	1	10.0%
Total:	10	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
텔레비존 (TV)	10	41.7%
손전화기/지능형손전화기	8	33.3%
유선전화 (일반전화)	3	12.5%
노트콤 (노트북)	2	8.3%
망TV다매체열람기 (만방TV)	1	4.2%
탁상 컴퓨터 (데스크탑 PC)	0	0.0%
판형 컴퓨터 (태블릿PC)	0	0.0%
노트텔 (CD/DVD 플레이어)	0	0.0%
Total:	24	100.0%

문6-2. 다음 중에서 귀하를 즐겁게 하는데 가장 도움이 되었다고 생각하는 것은 무엇입니까? (순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

1순위	빈도	전체 비율
손전화기/지능형손전화기	5	50.0%
텔레비존 (TV)	4	40.0%
노트콤 (노트북)	1	10.0%
Total:	10	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
손전화기/지능형손전화기	10	34.5%
텔레비존 (TV)	8	27.6%
노트콤 (노트북)	7	24.1%
노트텔 (CD/DVD 플레이어)	2	6.9%
유선전화 (일반전화)	1	3.4%
판형 컴퓨터 (태블릿PC)	1	3.4%
탁상 컴퓨터 (데스크탑 PC)	0	0.0%
망TV다매체열람기 (만방TV)	0	0.0%
Total:	29	100.0%

문6-3. 다음 중에서 귀하가 북한에 있을 때 다른 사람들과 소통하거나 사회적 관계를 유지하는데 가장 유용했던 것은 무엇입니까? (순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

1순위	빈도	전체 비율
손전화기/지능형손전화기	7	70.0%
유선전화 (일반전화)	2	20.0%
텔레비죤 (TV)	1	10.0%
Total:	10	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
손전화기/지능형손전화기	10	35.7%
텔레비죤 (TV)	6	21.4%
유선전화 (일반전화)	5	17.9%
노트콤편 (노트북)	4	14.3%
노트텔 (CD/DVD 플레이어)	1	3.6%
탁상 컴퓨터 (데스크탑 PC)	1	3.6%
판형 컴퓨터 (태블릿PC)	1	3.6%
망TV다매체열람기 (만방TV)	0	0.0%
Total:	28	100.0%

문6-4. 다음 중에서 귀하가 북한에 있을 때 가장 이용하기 편리했던 것은 무엇입니까? (순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

1순위	빈도	전체 비율
손전화기/지능형손전화기	7	70.0%
텔레비죤 (TV)	2	20.0%
유선전화 (일반전화)	1	10.0%
Total:	10	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
손전화기/지능형손전화기	9	31.0%
텔레비죤 (TV)	7	24.1%
노트콤편 (노트북)	5	17.2%
유선전화 (일반전화)	4	13.8%
노트텔 (CD/DVD 플레이어)	3	10.3%
탁상 컴퓨터 (데스크탑 PC)	1	3.4%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
판형 컴퓨터 (태블릿PC)	0	0.0%
망TV다매체열람기 (만방TV)	0	0.0%
Total:	29	100.0%

문6-5. 다음 중에서 귀하가 북한에 있을 때 가장 돈(구입비용)이 많이 들어갔던 것은 무엇입니까?
(순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

1순위	빈도	전체 비율
손전화기/지능형손전화기	8	80.0%
노트콤 (노트북)	1	10.0%
망TV다매체열람기 (만방TV)	1	10.0%
Total:	10	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
손전화기/지능형손전화기	10	34.5%
노트콤 (노트북)	7	24.1%
텔레비존 (TV)	6	20.7%
유선전화 (일반전화)	3	10.3%
노트텔 (CD/DVD 플레이어)	2	6.9%
망TV다매체열람기 (만방TV)	1	3.4%
탁상 컴퓨터 (데스크탑 PC)	0	0.0%
판형 컴퓨터 (태블릿PC)	0	0.0%
Total:	29	100.0%

문6-5-1. 다음 중에서 귀하가 북한에 있을 때 가장 돈(월이용료)이 많이 들어갔던 것은 무엇입니까?
(순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

1순위	빈도	전체 비율
손전화기/지능형손전화기	8	80.0%
유선전화 (일반전화)	1	10.0%
탁상 컴퓨터 (데스크탑 PC)	1	10.0%
Total:	10	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
손전화기/지능형손전화기	10	41.7%
텔레비존 (TV)	4	16.7%
노트콤 (노트북)	4	16.7%
유선전화 (일반전화)	4	16.7%
탁상 컴퓨터 (데스크탑 PC)	1	4.2%
망TV다매체열람기 (만방TV)	1	4.2%
판형 컴퓨터 (태블릿PC)	0	0.0%
노트텔 (CD/DVD 플레이어)	0	0.0%
Total:	24	100.0%

문6-6. 다음 중에서 귀하가 북한에 있을 때 가장 만족했던 것은 무엇입니까?
(순서대로 3순위까지 선택해 주세요.)

1순위	빈도	전체 비율
손전화기/지능형손전화기	6	60.0%
텔레비존 (TV)	2	20.0%
노트콤 (노트북)	1	10.0%
유선전화 (일반전화)	1	10.0%
Total:	10	100.0%

순위통합(1+2+3순위)	빈도	전체 비율
손전화기/지능형손전화기	9	31.0%
텔레비존 (TV)	8	27.6%
유선전화 (일반전화)	4	13.8%
노트콤 (노트북)	4	13.8%
노트텔 (CD/DVD 플레이어)	3	10.3%
탁상 컴퓨터 (데스크탑 PC)	1	3.4%
판형 컴퓨터 (태블릿PC)	0	0.0%
망TV다매체열람기 (만방TV)	0	0.0%
Total:	29	100.0%



● 저 자 소 개 ●

임 동 민

- 고려대학교 경제학 석/박사
- 현 정보통신정책연구원 부연구위원

김 인 섭

- 북한대학원대학교 북한학 석사
- 전 정보통신정책연구원 연구원

전 영 선

- 한양대학교 문학 석/박사
- 현 건국대학교 통일인문학연구단 교수

서 소 영

- 고려대학교 경영학 석사
- 현 정보통신정책연구원 부연구위원

김 두 영

- 이화여자대학교 북한학 석사
- 현 정보통신정책연구원 연구원

정책연구 25-22

2025년 북한 방송통신 이용실태 조사
사업결과보고서

2025년 12월 인쇄

2025년 12월 발행

발행인 이 상 규

발행처 정보통신정책연구원

충청북도 진천군 덕산읍 정통로 18

TEL: 043-531-4114 FAX: 043-535-4695~6

Homepage: www.kisdi.re.kr

인쇄 경성문화사
