

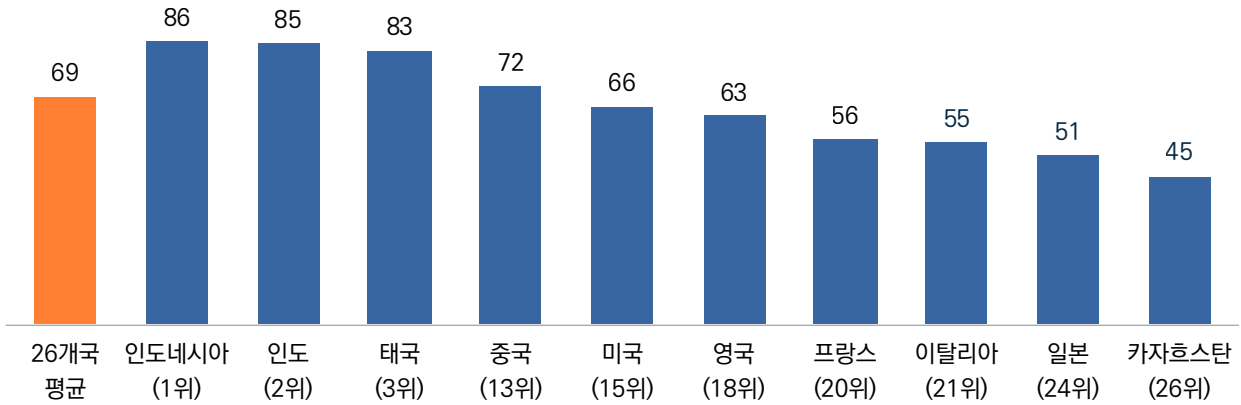


[해외 한류 실태와 인식]

해외 한류 경험자 10명 중 7명, '한국 문화콘텐츠 마음에 들어!'

- 한국국제문화교류진흥원/문화체육관광부는 해외 주요 국가의 한류 경험자를 대상으로 한류 콘텐츠 이용 현황과 인식을 2012년부터 조사하고 있는데, 2023년 조사보고서가 최근 발표되었다. 세계 속 K-문화콘텐츠의 위상을 확인할 수 있는 해당 결과를 살펴본다.
- 최근 경험한 한국 문화콘텐츠의 호감도를 묻는 질문에 '마음에 든다'고 응답한 비율은 26개국 평균 69%였고, 호감도 상위 1~3위 나라는 인도네시아(86%), 인도(85%), 태국(83%) 등의 순이었다. 동남아시아 지역에서 한국 문화콘텐츠 호감도가 상대적으로 높은 경향이 뚜렷했다.

[그림] 한국 문화콘텐츠 호감도 (해외 26개국 한류 경험자, '매우+약간 마음에 듦' 비율*, %)



※출처 : 한국국제문화교류진흥원, '2024 해외한류실태조사', 2024.03.29. (해외 26개국 만 15~59세 한국 문화콘텐츠 경험자 25,000명, 온라인 조사, 2023.11.10.~11.30.)

*5점 척도

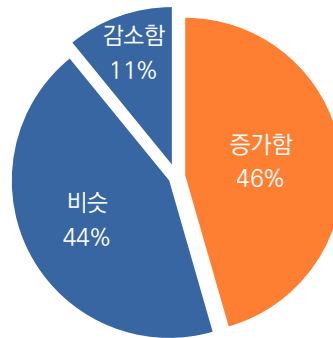
한류 경험자 46%, '한국 문화콘텐츠 관심 증가 中'

- 해외 한류 경험자에게 소비하는 전체(모든 국가) 문화콘텐츠 중 한국 콘텐츠 소비 비중은 어느 정도인지 물었다. 그 결과, 26개국 평균 소비 비중은 26%로 전체 콘텐츠 4개 중 1개는 한국 문화콘텐츠를 소비하는 셈이다.
- 현재 한국 문화 콘텐츠에 대한 관심도가 1년 전과 비교했을 때 어떻게 변화했는지를 묻은 결과, 절반 가까이인 46%가 '증가했다'고 응답해, 감소했다(11%)는 응답 대비 훨씬 높았다.

[그림] 한국 문화콘텐츠 소비 비중* (해외 26개국 한류 경험자)



[그림] 한국 문화콘텐츠 관심도 변화** (해외 26개국 한류 경험자, 1년 전 비교 기준)



※출처 : 한국국제문화교류진흥원, '2024 해외한류실태조사', 2024.03.29. (해외 26개국 만 15~59세 한국 문화콘텐츠 경험자 25,000명, 온라인 조사, 2023.11.10.~11.30.)

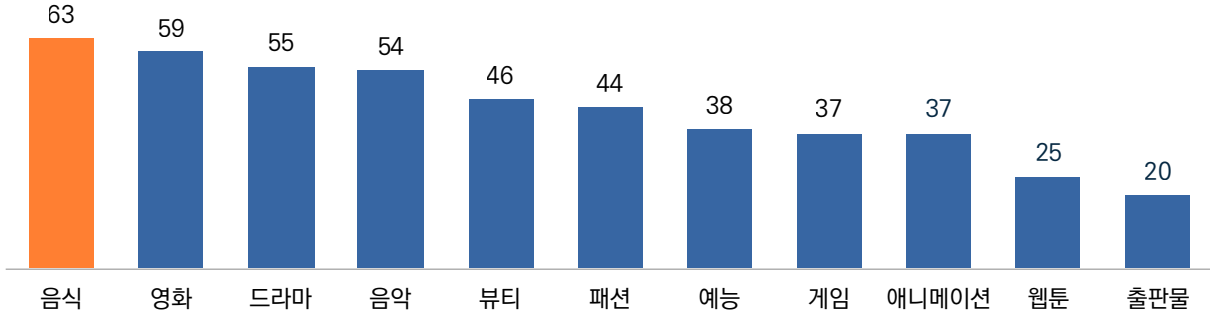
*모든 국가의 문화콘텐츠 소비량 중 한국 콘텐츠 소비 비중

**5점 척도

가장 많이 소비하는 한류 콘텐츠, K-Food!

- 최근 1년 기준으로 해외 한류 경험자가 가장 많이 경험한 한국 문화콘텐츠는 무엇일까? 1위는 '음식'으로 응답자의 63%가 한국 음식을 먹어본 것으로 나타났고, 2위는 '영화' 59%, 3위는 '드라마' 55%, 4위와 5위는 각각 '음악' 54%, '뷰티' 46% 등의 순이었다.

[그림] 한국 문화콘텐츠 경험률 (해외 26개국 한류 경험자, 최근 1년 기준, %)

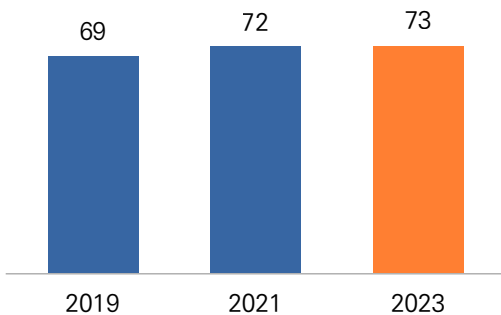


※출처 : 한국국제문화교류진흥원, '2024 해외한류실태조사', 2024.03.29. (해외 26개국 만 15~59세 한국 문화콘텐츠 경험자 25,000명, 온라인 조사, 2023.11.10.~11.30.)

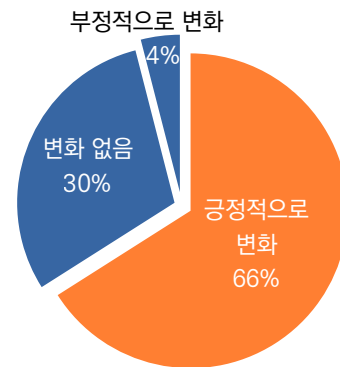
한류 경험자 3명 중 2명, '한국 콘텐츠 때문에 한국 더 좋아져'!

- 한국에 대해 전반적으로 어떻게 생각하는지를 물었더니 '긍정적'으로 인식하는 비율이 2019년 69%에서 2023년 73%로 지난 4년간 지속해서 높아지는 추세를 보였다.
- 또, 해외에서 한국 문화콘텐츠를 경험한 후 한국에 대한 인식이 '긍정적으로 변화'했다는 비율은 66%로 해외 한류 경험자 3명 중 2명이 한국 문화콘텐츠가 한국을 긍정적으로 보게끔 영향을 주었다는 데 동의했다.

[그림] 한국에 대한 긍정적 인식 (해외 26개국 한류 경험자, '매우+약간 긍정적' 비율*, %)



[그림] 한국 문화콘텐츠 경험 후 한국에 대한 인식 변화* (해외 26개국 한류 경험자)



※출처 : 한국국제문화교류진흥원, '2024 해외한류실태조사', 2024.03.29. (해외 26개국 만 15~59세 한국 문화콘텐츠 경험자 25,000명, 온라인 조사, 2023.11.10.~11.30.)

*5점 척도