

보도 일시	2022. 1. 24.(월) 09:00	배포 일시	2022. 1. 24.(월) 09:00
담당 부서	해외문화홍보원 기획운영과	책임자	과장 하윤진 (044-203-3307)
		담당자	사무관 이나영 (044-203-3308)

대한민국 국가이미지, 문화콘텐츠 강국으로 도약

- '2021 국가이미지 조사 결과 발표, 외국인 응답자 80.5% 대한민국 긍정적으로 평가 -

문화체육관광부(장관 황희, 이하 문체부) 해외문화홍보원[원장 박명순, 이하 해문홍(KOCIS)]은 '2021 국가이미지'를 조사하고 주요 결과를 발표했다.

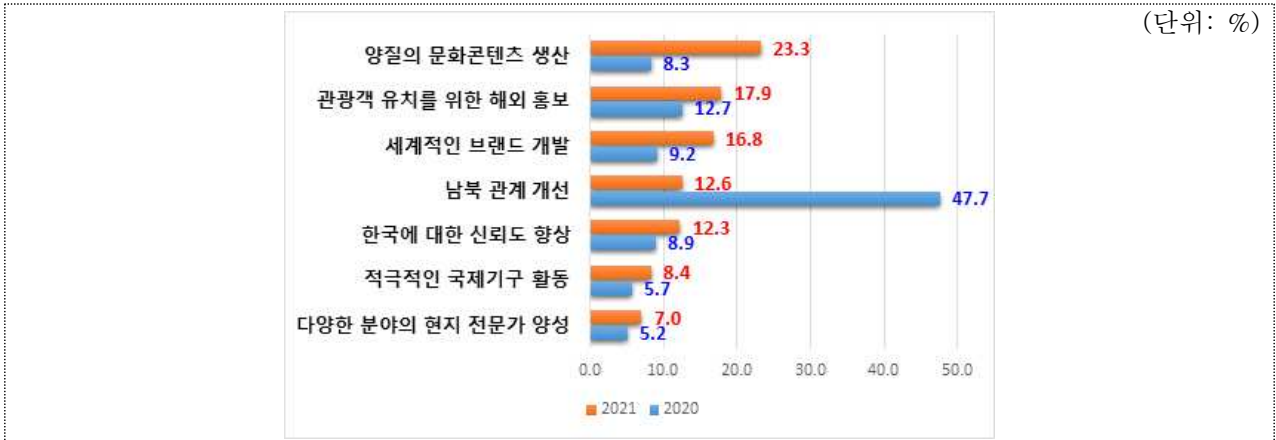
해문홍은 2018년부터 매년 우리나라에 대한 세계인의 인식과 국가이미지 변화 추이를 파악하고, 이를 해외홍보 전략 수립의 기초 자료로 활용하기 위해 '국가이미지'를 조사하고 있다. 2021년 조사는 우리나라를 포함한 24개국* 12,500명(만 16세 이상)을 대상으로 온라인 방식(조사 기간 '21. 9. 1.~29.)으로 진행했다.

- * ▲ 아시아·태평양(9): 한국, 중국, 일본, 태국, 인도네시아, 인도, 호주, 베트남, 필리핀, ▲ 미주·남미(4): 미국, 멕시코, 브라질, 아르헨티나, ▲ 유럽(9): 영국, 프랑스, 독일, 러시아, 스웨덴, 스페인, 터키, 카자흐스탄, 이탈리아, ▲ 중동/아프리카(2): 남아공, 아랍에미리트

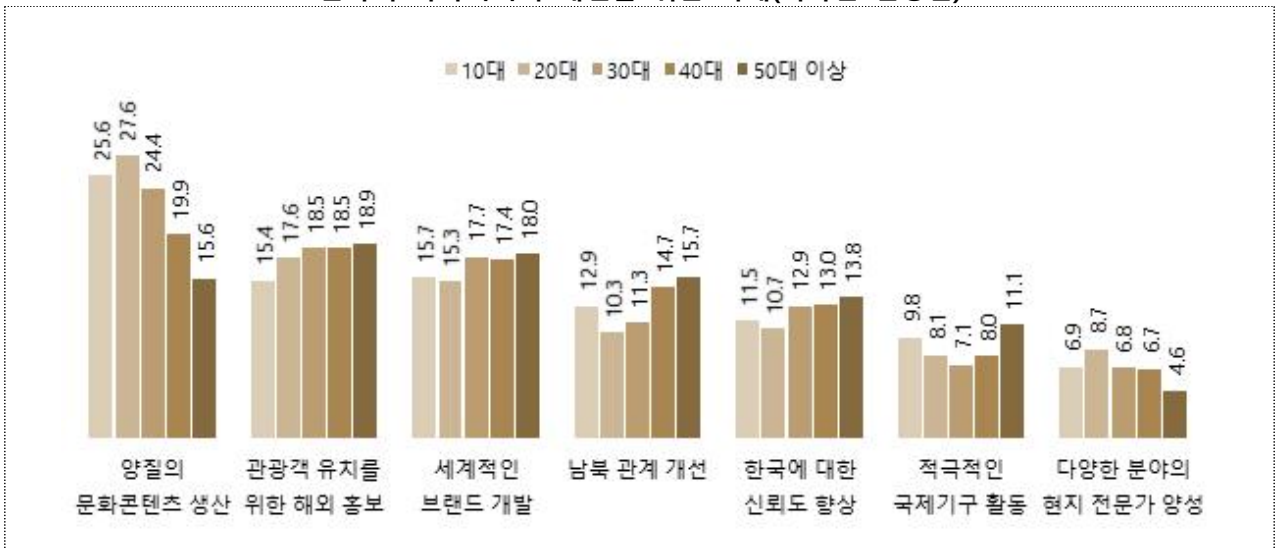
대한민국, 분단국가 이미지 넘어 이제는 문화콘텐츠 강국

한국의 국가이미지를 개선하기 위한 과제로 외국인은 '양질의 문화콘텐츠 생산'(23.3%)을 1순위로 응답했고, '관광객 유치에 위한 해외홍보'(17.9%), '세계적인 브랜드 개발'(16.8%) 등을 우선순위로 꼽았다. 연령별로 살펴보면 10~30대 중심으로 '양질의 문화콘텐츠 생산'에 대한 응답이 높아 젊은 세대의 한류 콘텐츠에 대한 높은 접착과 호감이 반영된 것으로 보인다. 특히 '20년 조사 결과에서 가장 높은 비중을 차지한 '남북관계 개선' 순위가 이번에는 낮아져 한국은 분단국가 이미지를 넘어 문화콘텐츠 강국으로서 세계인의 관심을 받고 있는 것으로 나타났다.

한국의 국가이미지 개선을 위한 과제(외국인, 연도별)



한국의 국가이미지 개선을 위한 과제(외국인 연령별)



조사 이래 처음 대한민국에 대한 일본의 긍정 평가가 부정 평가 앞서

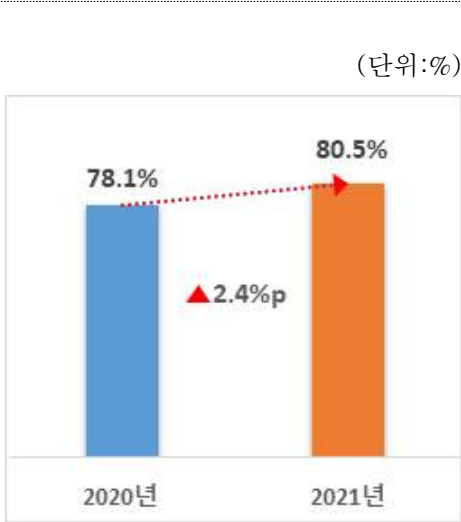
2021년 외국인이 본 한국에 대한 전반적인 국가이미지는 긍정 평가가 80.5%로 전년(78.1%)보다 2.4%포인트(p) 상승한 것으로 나타났다. 국가별로 보면 베트남(95%), 터키(92.2%), 필리핀(92%), 태국(90.8%) 등 7개 국가에서는 10명 중 9명 이상이 대한민국의 국가이미지를 긍정적으로 평가했다. 일본*의 경우에는 긍정 평가(35%)가 전년(27.6%)보다 7.4%포인트(p) 크게 상승하며, 조사 이래 최초로 부정 평가(26.6%)보다 높게 나타났다.

*긍정/부정평가: '18년 20.0%/43.4% → '19년 18.8%/53.2% → '20년 27.6%/39%

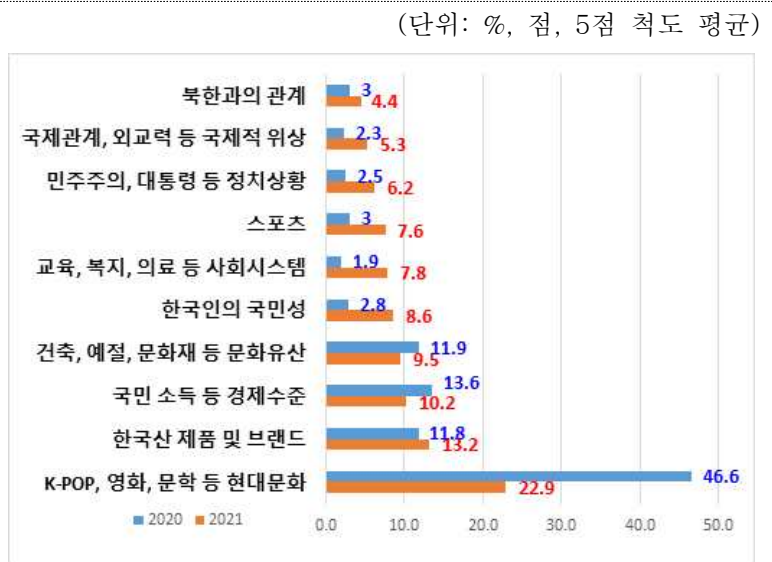
외국인이 응답한 한국에 대한 긍정 이미지 영향요인으로는 현대문화(22.9%), 제품/브랜드(13.2%), 경제수준(10.2%), 문화유산(9.5%), 국민성(8.6%), 사회 시스템(7.8%), 스포츠(7.6%), 정치상황(6.2%), 국제적 위상(5.3%) 등의

순으로 나타났다. '20년 조사와 비교해보면 교육·복지·의료 등 사회시스템이 5.9%포인트(p), 한국인의 국민성이 5.8%포인트(p), 스포츠가 4.6%포인트(p) 증가해 현대문화뿐만 아니라 전반적으로 다양한 분야와 사회적 측면이 고르게 긍정적인 영향을 미쳤다.

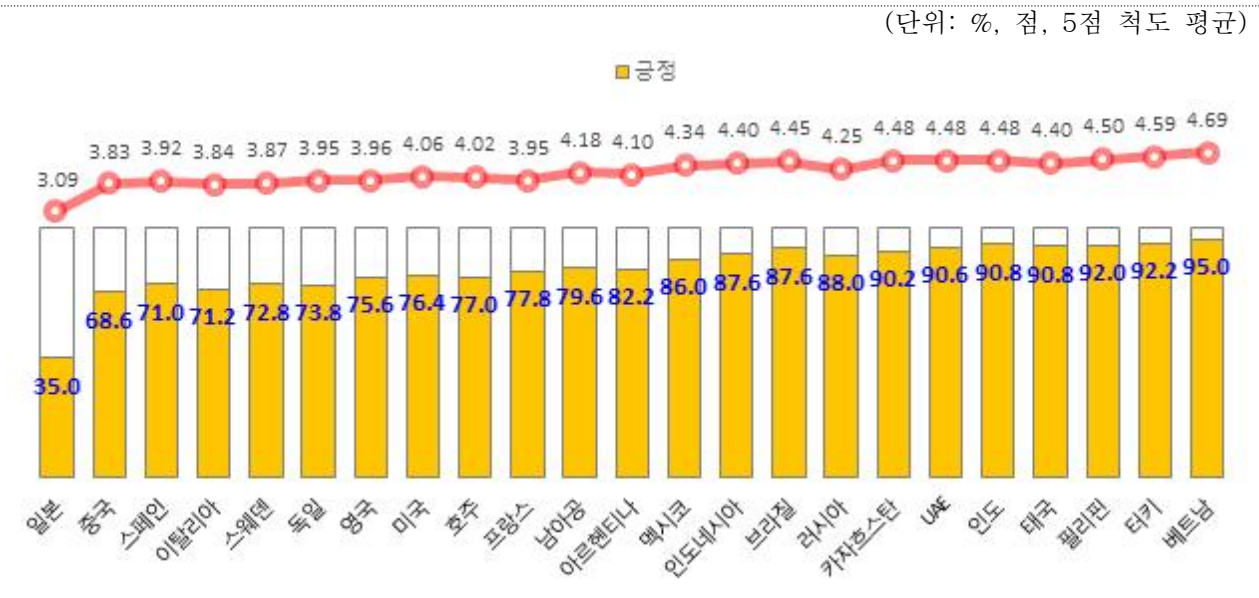
한국 국가이미지 '긍정평가'(외국인)



한국의 긍정 이미지 영향요인_1순위(외국인)



한국에 대한 전반적 이미지 '긍정 평가' 비율(국가별)



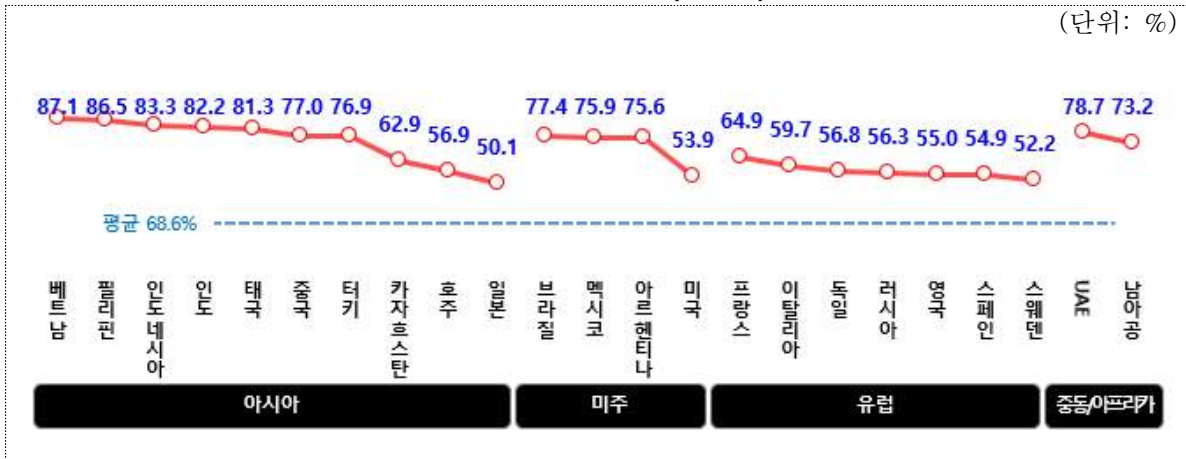
10~30대 젊은 세대 한국에 대한 높은 관심, 체험·학습 등 적극 행동 의향 보여

한국에 대한 관심도*는 아시아, 중남미, 중동/아프리카 국가에서 높게 나타났으며 아시아 국가 중에서는 베트남, 필리핀, 인도네시아, 인도, 태국 등 신흥 국가들의 관심도가 상대적으로 높았다.

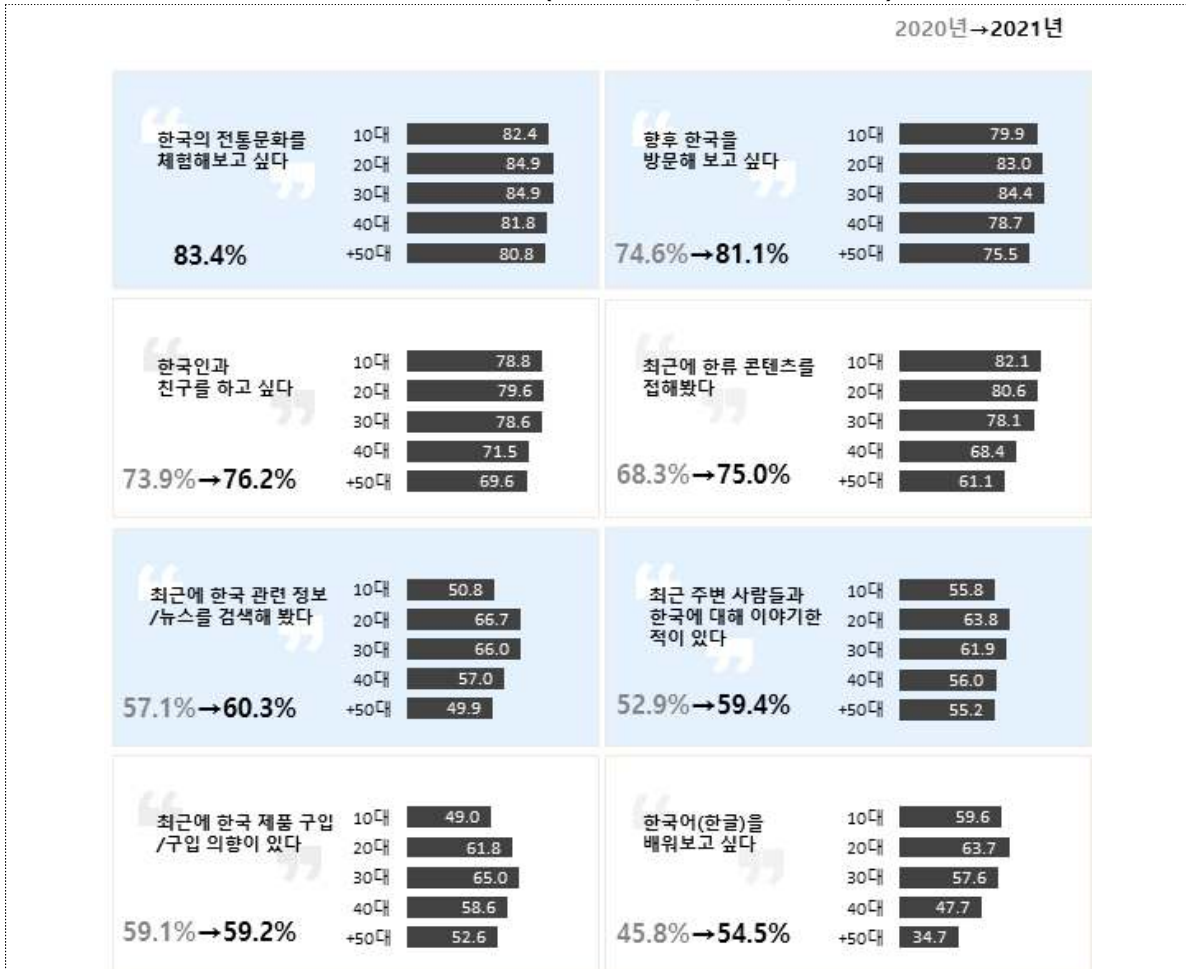
* 관심도: 한국에 대한 관심을 묻는 8가지 문항에 '예'라고 응답한 비율 평균

한국에 대한 관심을 묻는 8개 문항 중 가장 많은 응답을 받은 항목은 ‘한국 전통문화 체험 희망’(83.4%/’21년 신규 추가)이었고 ‘한국 방문 희망’(81.1%), ‘한국인과 친구 희망’(76.6%)이 그 뒤를 이었다. 특히 ‘한국어(한글) 학습 희망’(54.5%)이 ’20년보다 8.7%포인트 대폭 상승했고, ‘한류 콘텐츠 접촉 경험’은 6.7%포인트, ‘한국 방문 희망’은 6.5%포인트 증가했다. 연령별로 살펴 보면 젊은 세대(10대~30대)를 중심으로 한국에 대한 높은 관심을 보였다.

한국에 대한 관심도(국가별)



한국에 대한 관심도(문항별 상세/연도별, 연령별)



해문홍은 이번 조사 결과를 바탕으로 세계 속에서 변모된 한국의 국가 이미지를 반영하고 국제사회를 선도하는 확실한 선진국으로서 위상을 강화하기 위해 전 세계 28개국 33개 재외한국문화원을 한류 콘텐츠 확산의 중심지로 만들 방침이다.

이를 위해 해문홍은 권역별 주요 거점에 있는 재외한국문화원을 중심으로 대규모 복합문화행사인 ‘코리아 콘텐츠 주간’을 추진하고 재외한국문화원 소재 지역을 중심으로 매체 예술을 활용해 한국문화를 소개하는 등 세계 속에서 한류가 지속적으로 확산할 수 있도록 다양한 사업을 진행할 예정이다. 또한 이번 조사에서 높게 나타난 ‘한국전통문화 체험 의향’과 ‘한국 방문 희망’ 등 외국인의 관심도를 반영해 지역의 특색 있는 문화·관광자원을 세계에 널리 알릴 수 있도록 지자체와 함께 지역 상생 한류 기반을 마련할 계획이다.

‘2021년도 국가이미지 조사’ 결과보고서는 문체부(www.mcst.go.kr)와 해문홍(www.kocis.go.kr) 누리집에서 확인할 수 있다.

