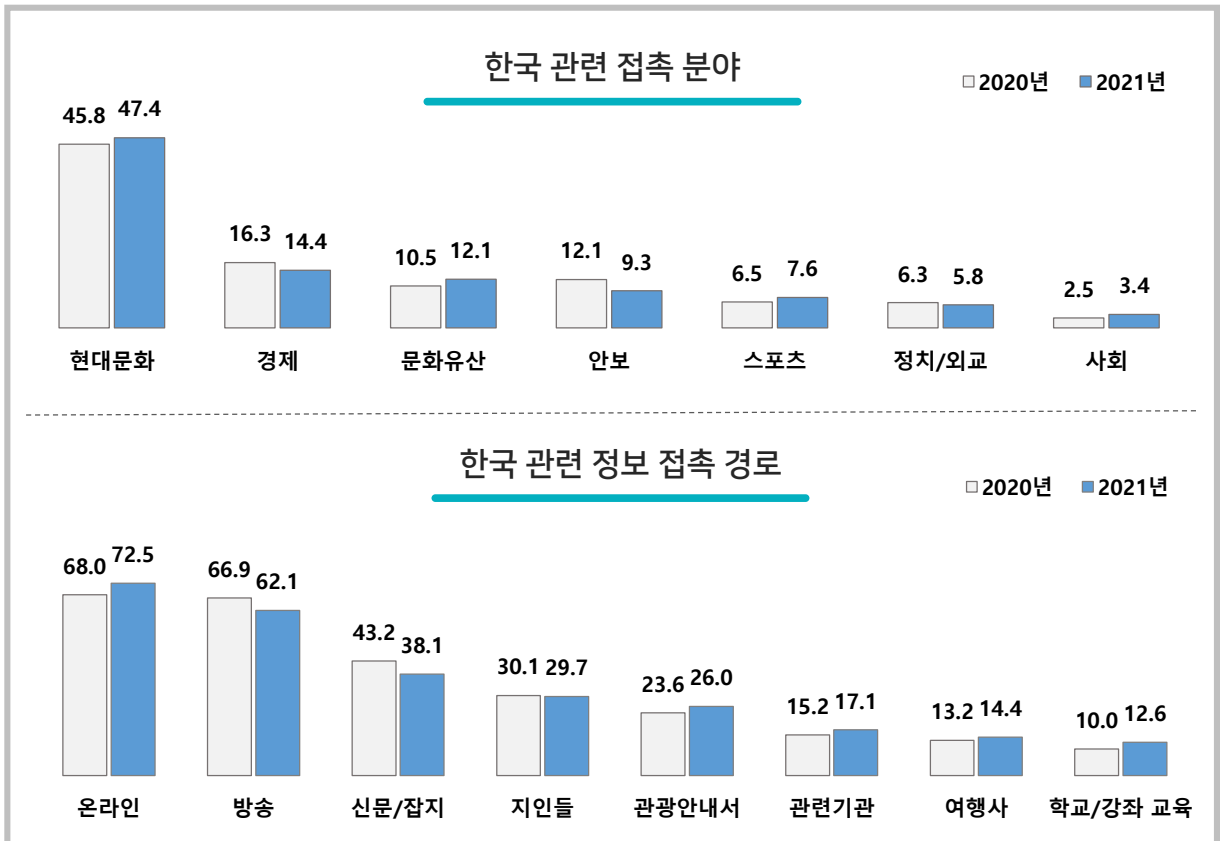


## 2021년 국가이미지 조사 주요 결과

올해 조사는 2020년 조사대상 해외국가(15개국)보다 8개국이 많은 세계 주요 23개국 11,500 명의 외국인을 대상으로 실시되었다. 전년도와 마찬가지로 코로나19 팬데믹 상황 속에서 한국의 국가이미지가 어떻게 형성되어 있는지와 국가별로 어떤 차이가 있는지를 파악함으로써, 한국의 국가이미지 제고를 위한 홍보 전략 수립의 기초자료 수집을 위해 실시하였음. 올해 조사에서 확인할 수 있었던 주요 결과는 다음과 같음.

### 전체 SUMMARY

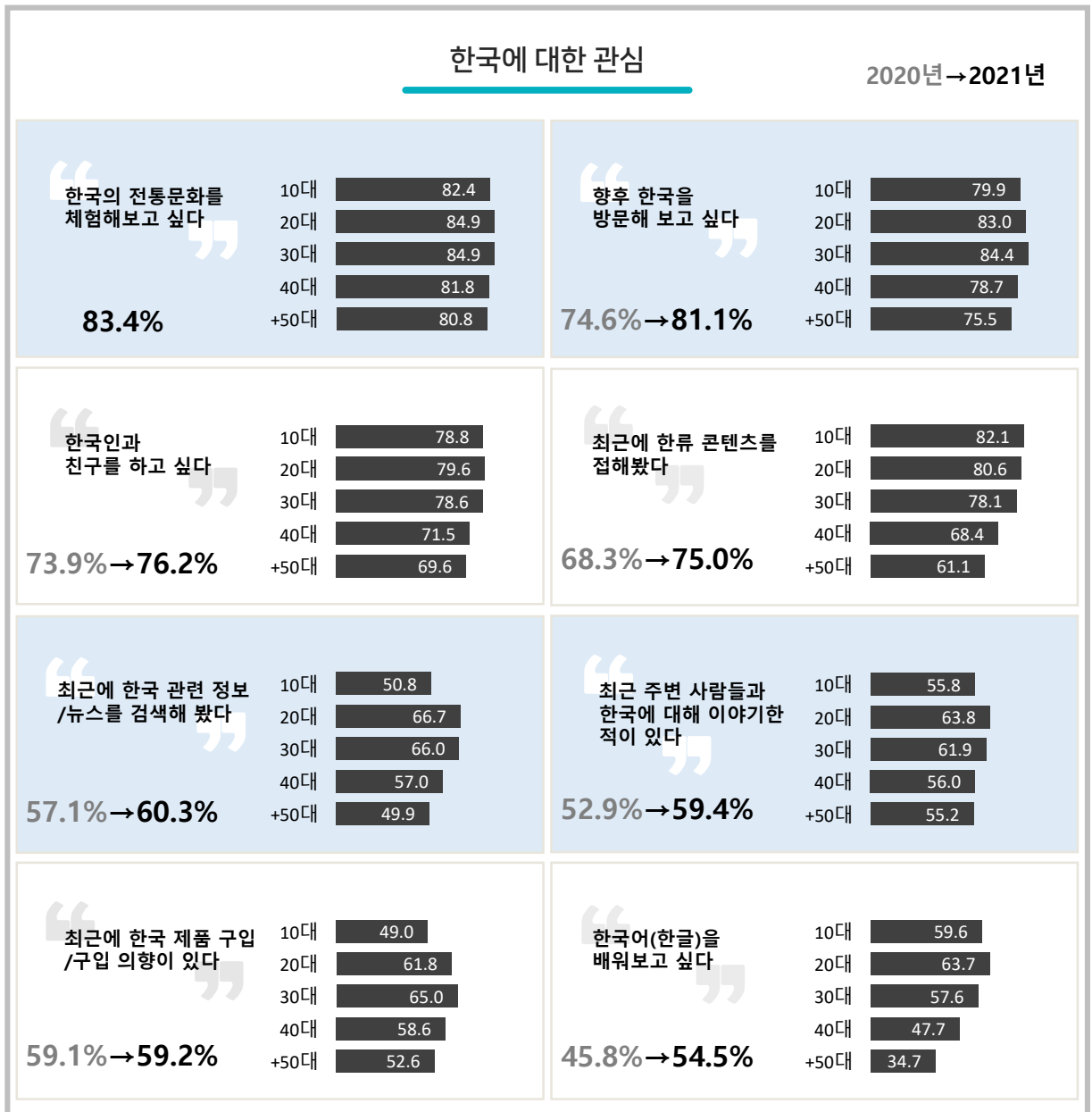
**01** 한국 관련 접촉 분야는 전년도와 마찬가지로 '현대문화'(47.4%)가 가장 많았고, 전년 대비 1.6%p 증가하였음. '문화유산' 관련 정보 접촉도 전년 대비 1.6%p 증가하였음. 한국 관련 정보 접촉 경로는 온라인이 72.5%로 전년도 보다 4.5%p 증가하였고, 방송과 신문/잡지 등 전통매체를 통한 접촉 비중은 감소한 것으로 나타남. 이러한 결과는 코로나19 상황이 유튜브, OTT 등 온라인 플랫폼을 통한 K-콘텐츠의 확산을 가속화 시킨 영향으로 볼 수 있음.



## 02

한국에 대한 관심은 '한국 전통문화 체험'이 83.4%로 가장 높게 나타났고, '한국 방문 의향'(81.1%), '한국인과 친구'(76.2%), '한류 콘텐츠 접촉'(75.0%) 등이 높게 나타나고 있음. 전반적으로 한국에 대한 관심은 기성세대보다 MZ세대를 중심으로 한 젊은 세대에서 높게 나타나고 있으며, 젊은 세대들의 관심은 '한국어 배우기', '상품/제품 구입', '정보 검색' 등 직접적인 행동 및 의지로 이어지고 있음.

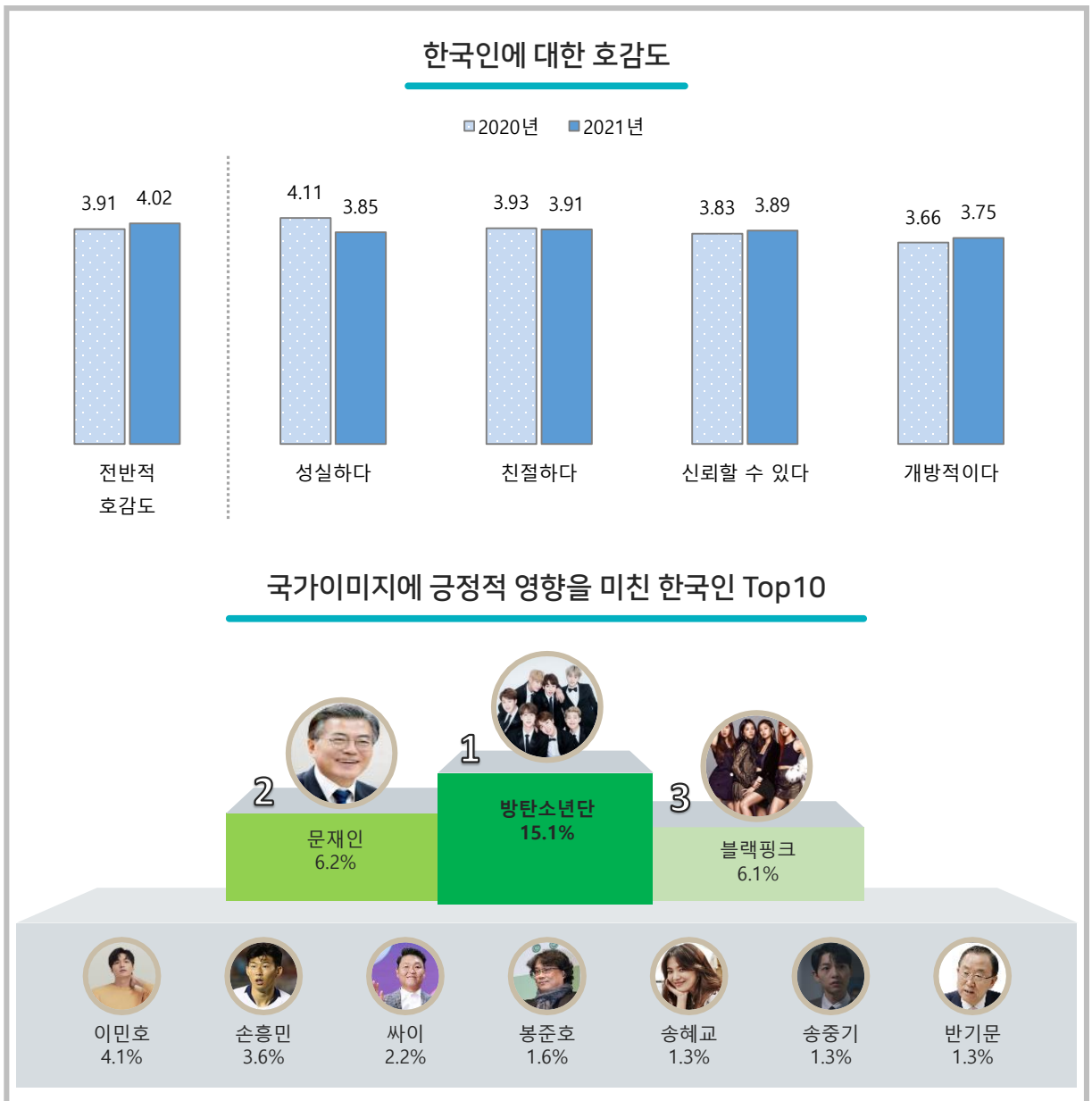
2020년과 비교해서는 '한국 방문 의향', '한류 콘텐츠 접촉' 등에서 관심 증가폭이 높은 것으로 나타남.



# 03

한국인에 대한 전반적 호감도는 5점 만점에 4.02점으로 매우 긍정적으로 평가되었으며, 한국인과 관련해 '친절하다'라는 인식이 3.91점으로 가장 높았음. 그 다음으로 '신뢰할 수 있다'가 3.89점인 반면, '개방적이다'는 3.75점으로 가장 낮은 평가를 받음. 전년도와 비교해 전반적 호감도와 신뢰성, 개방성은 조금 개선되었고, 성실성은 낮아짐.

한국 국가이미지에 긍정적 영향을 미친 한국인으로 방탄소년단(15.1%)이 1위로 선정되었고, 2위는 문재인 대통령, 3위 블랙핑크 순으로 나타남. 국가이미지에 긍정적 영향을 미친 한국인 상위 10인에 한류 스타가 6명으로 가장 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타나 한류 스타가 우리나라 국가이미지 제고에 큰 도움이 되는 것으로 확인되었음.





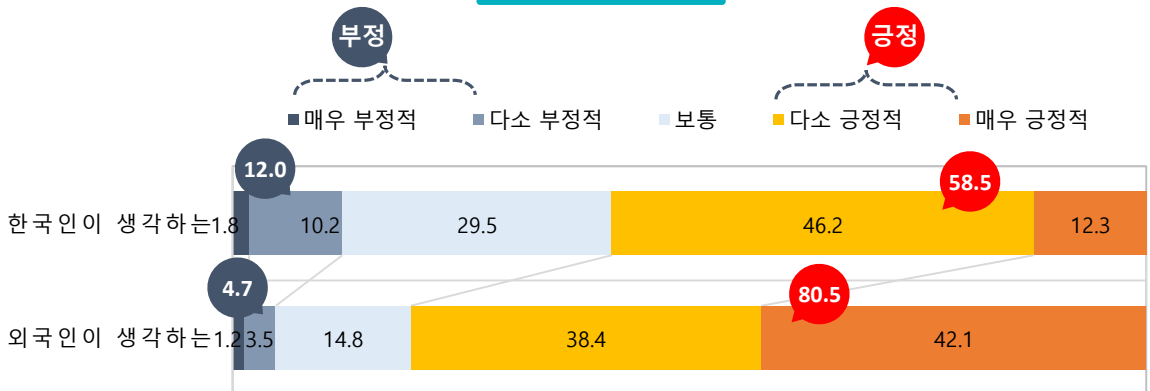
# 04

외국인들은 한국의 '국가이미지(전반적 호감도)'를 매우 긍정적으로 평가하고 있음(매우 긍정적 42.1% + 다소 긍정적 38.4%). 2020년과 비교했을 때, 외국인들의 긍정 응답 비중은 78.1%에서 2.4%p 증가하였고, 부정 응답은 7.4%에서 2.7%로 감소하였음.

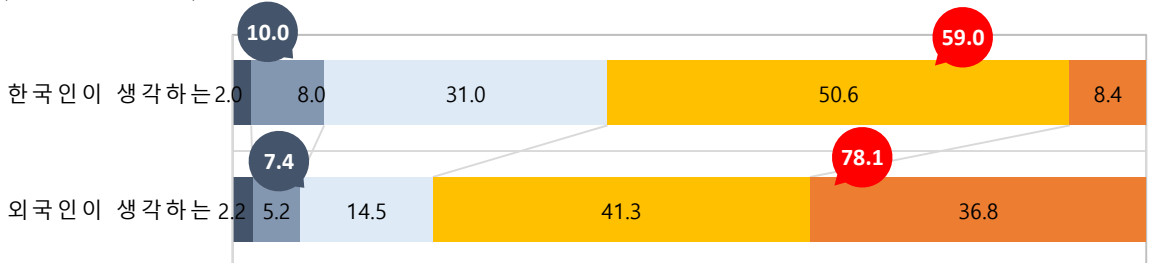
한국의 국가이미지에 긍정영향 요인으로는 '현대문화' 비중이 가장 높았고, 부정영향 요인으로는 '정치상황'이라는 응답이 가장 높게 나타나고 있음.

한국인이 생각하는 한국의 국가이미지 역시 긍정이미지가 우세하지만, 전년도와 마찬가지로 외국인과 비교해서는 낮은 편으로 나타남.

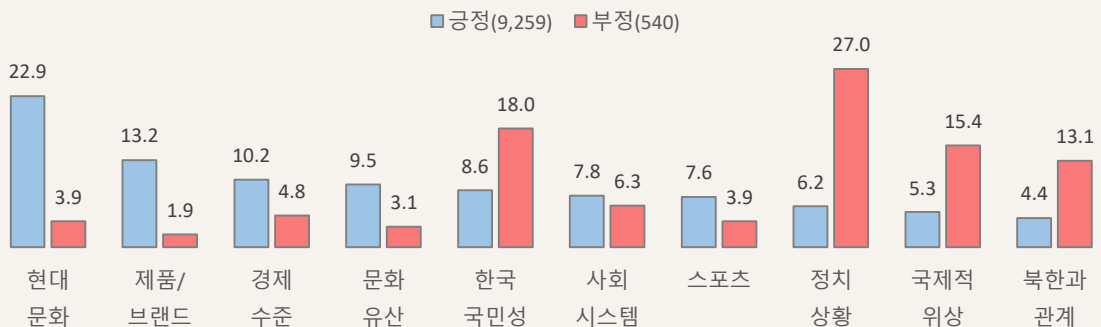
## 국가이미지 평가



(참고. 2020년도 조사결과)



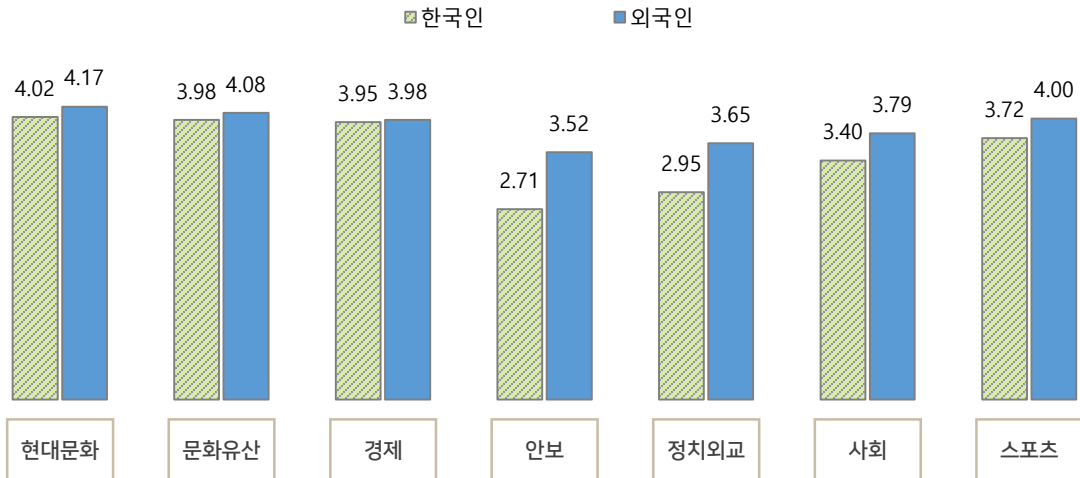
## 이미지 영향 요인 - 외국인



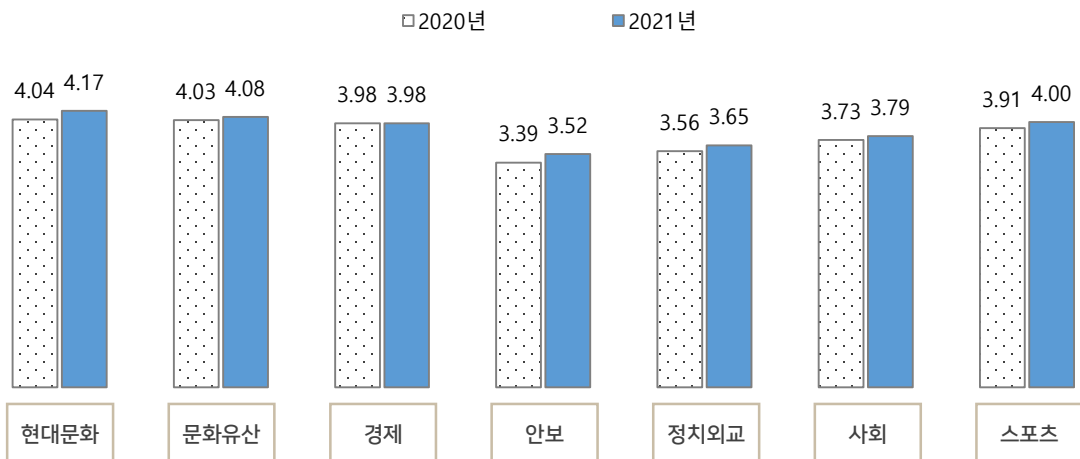
분야별 호감도는 모든 분야에서 한국인보다 외국인의 평가가 높은 경향을 보이고 있으며, 특히 '안보', '정치외교' 분야에서 외국인과 한국인의 평가간 큰 차이를 보임.

외국인의 분야별 호감도에서는 '현대문화', '문화유산', '스포츠', '경제' 분야에 대한 호감도가 매우 높은 것으로 나타나고 있는 반면, '안보'와 '정치외교' 분야에 대해서는 상대적으로 낮은 호감도를 보임. 코로나19 상황임에도 불구하고, 전년도와 비교해서 '경제'를 제외한 모든 분야에서 호감도가 소폭 상승한 것은 매우 긍정적인 의미로 해석할 수 있음.

### 분야별 호감도



### 외국인 결과



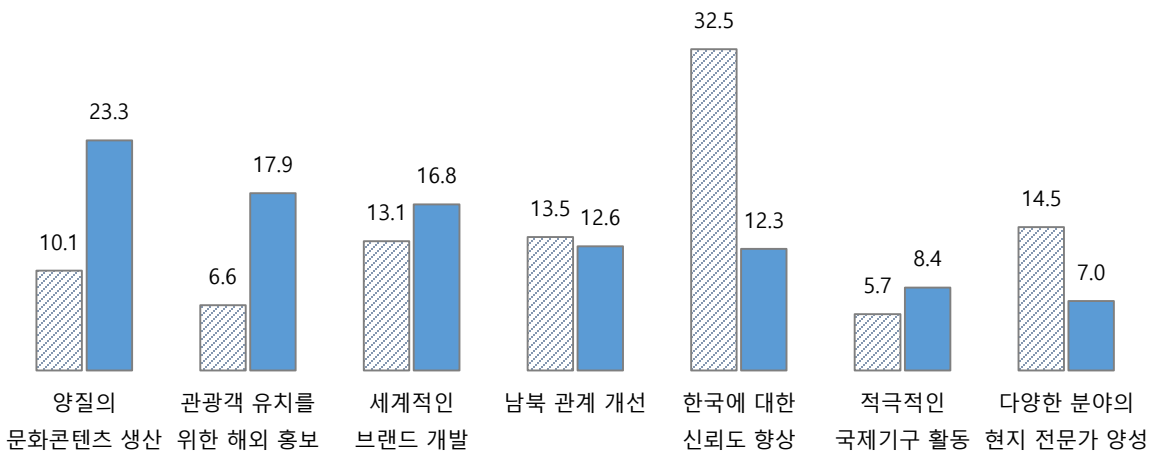


# 05

한국의 국가이미지 제고를 위해 한국인은 '한국에 대한 신뢰도 향상', '다양한 분야의 현지 전문가 양성'이 필요하다는 의견이 많았고, 외국인들은 '양질의 문화콘텐츠 생산', '관광객 유치를 위한 해외 홍보', '세계적인 브랜드 개발' 등을 우선 순위로 꼽고 있음. 외국인 연령대별로 보면, '양질의 문화콘텐츠 생산'은 K-콘텐츠에 대한 접착과 호감이 높은 10대~30대까지의 젊은 세대들의 응답이 높았는데, 이는 더 많은 K-콘텐츠를 접하고 싶다는 '수요'가 반영된 것으로 의미를 해석해 볼 수 있음.

## 이미지 개선을 위한 과제

□ 한국인 ■ 외국인



## 외국인 결과

■ 10대 ■ 20대 ■ 30대 ■ 40대 ■ 50대 이상

