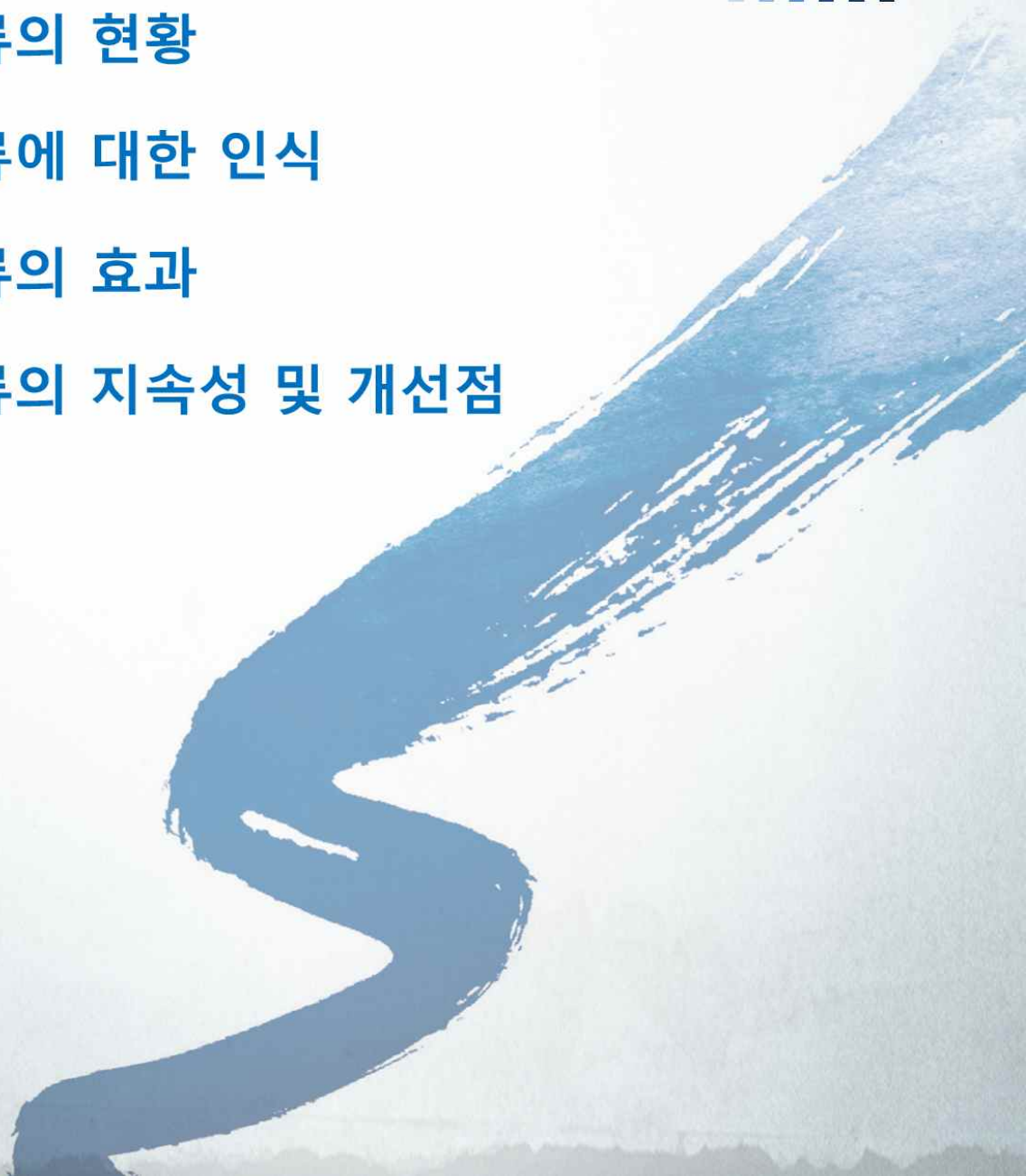


제15장 국가별 결과 분석 : 러시아



- I. 한류의 현황
- II. 한류에 대한 인식
- III. 한류의 효과
- IV. 한류의 지속성 및 개선점



목 차

제15장 국가별 결과 분석 : 러시아	1
I. 한류의 현황	1
1. 한국 연상 이미지	1
2. 한국에 대한 인식	2
3. 한국문화 콘텐츠 소비량	3
4. 한국문화 콘텐츠 인기도	4
5. 한국문화 관심도	5
6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)	6
7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)	7
II. 한류에 대한 인식	8
1. 한류 용어 인지도 및 호감도	8
2. 한류 대표 콘텐츠	9
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악	10
(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램	10
(2) 한국 영화	11
(3) 한국 음악(K-POP)	12
(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터	13
(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임	14
(6) 한국 패션, 뷰티	15
(7) 한국 음식	16
(8) 한국 도서(출판물)	17
4. 한류 콘텐츠별 정보 채널	18
5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인	19
(1) 한국 드라마	19
(2) 한국 영화	20
(3) 한국 음악(K-POP)	21
6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타	22
III. 한류의 효과	23
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도	23
(1) 생활용품 및 서비스	23
(2) 고가용품 및 서비스	24
2. 향후 한국 제품 및 서비스에 대한 이용	25
IV. 한류의 지속성 및 개선점	26
1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항	26
2. 한류 지속 여부	28
3. 반한류 공감도	29
4. 요약 및 결론	30

<표 차례>

[표 15-1. 한국 연상 이미지]	1
[표 15-2. 한국에 대한 인식]	2
[표 15-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]	3
[표 15-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]	4
[표 15-5. 한국문화상품 관심도]	5
[표 15-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]	6
[표 15-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]	7
[표 15-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]	8
[표 15-9. 한류 대표 콘텐츠]	9
[표 15-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]	10
[표 15-11. 한국 영화]	11
[표 15-12. 한국 음악(K-POP)]	12
[표 15-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]	13
[표 15-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]	14
[표 15-15. 한국 패션, 뷰티]	15
[표 15-16. 한국 음식]	16
[표 15-17. 한국 도서(출판물)]	17
[표 15-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]	18
[표 15-19. 한국 드라마 인기 요인]	19
[표 15-20. 한국 영화 인기 요인]	20
[표 15-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]	21
[표 15-22. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]	22
[표 15-23. 생활용품 및 서비스 경험]	23
[표 15-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]	24
[표 15-25. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]	25
[표 15-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]	27
[표 15-27. 한류 지속 여부]	28
[표 15-28. 반 한류 공감도와 이유]	29

<그림 차례>

[그림 15-1. 한국 연상 이미지]	1
[그림 15-2. 한국에 대한 인식]	2
[그림 15-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]	3
[그림 15-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]	4
[그림 15-5. 한국문화상품 관심도]	5
[그림 15-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]	6
[그림 15-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]	7
[그림 15-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]	8
[그림 15-9. 한류 대표 콘텐츠]	9
[그림 15-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]	10
[그림 15-11. 한국 영화]	11
[그림 15-12. 한국 음악(K-POP)]	12
[그림 15-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]	13
[그림 15-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]	14
[그림 15-15. 한국 패션, 뷰티]	15
[그림 15-16. 한국 음식]	16
[그림 15-17. 한국 도서(출판물)]	17
[그림 15-18. 한국 드라마 인기 요인]	19
[그림 15-19. 한국 영화 인기 요인]	20
[그림 15-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]	21
[그림 15-21. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]	22
[그림 15-22. 생활용품 및 서비스 경험]	23
[그림 15-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]	24
[그림 15-24. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]	25
[그림 15-25. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항]	26
[그림 15-26. 한류 지속 여부]	28
[그림 15-27. 반 한류 공감도와 이유]	29

제15장 국가별 결과 분석 : 러시아

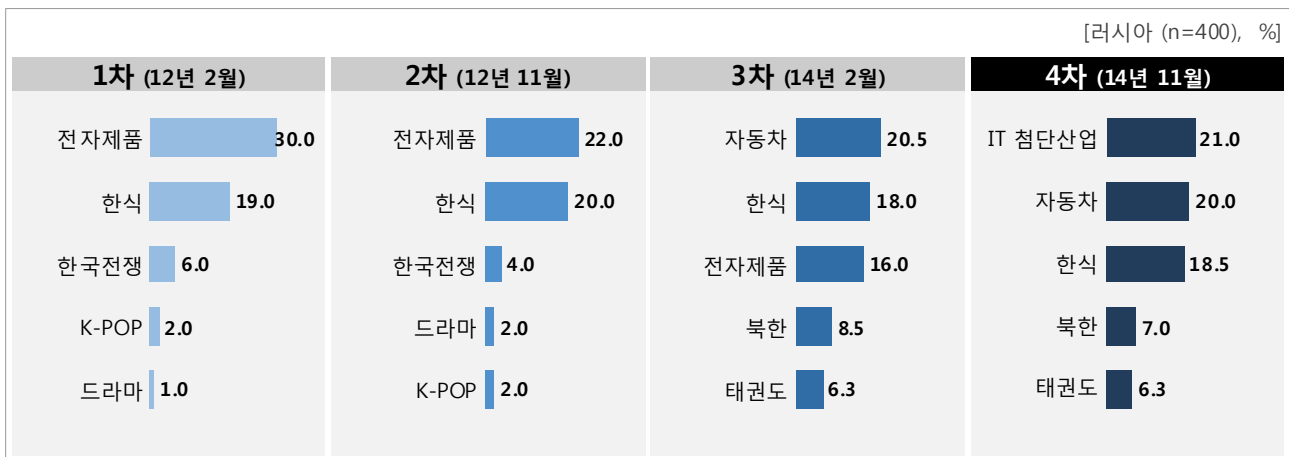
I. 한류의 현황

1. 한국 연상 이미지

Q2. 만약 한국에 대해 알고 있다면, 가장 먼저 떠오르는 것은 무엇입니까?

- 한국에 대한 연상이미지는 'IT 첨단산업'이 21.0%(84명)로 가장 높았으며, 그 외 '자동차', '한식' 순으로 나타남
- 지난 조사 대비 IT 첨단산업의 이미지가 높아진 반면, 전자제품의 상기율은 하락함
- IT 첨단산업은 남성, 40~50대, 기혼, 한류에 대해 보통이상의 호감태도를 보이는 집단을 중심으로 상대적으로 높게 연상됨

[그림 15-1. 한국 연상 이미지]



[표 15-1. 한국 연상 이미지]

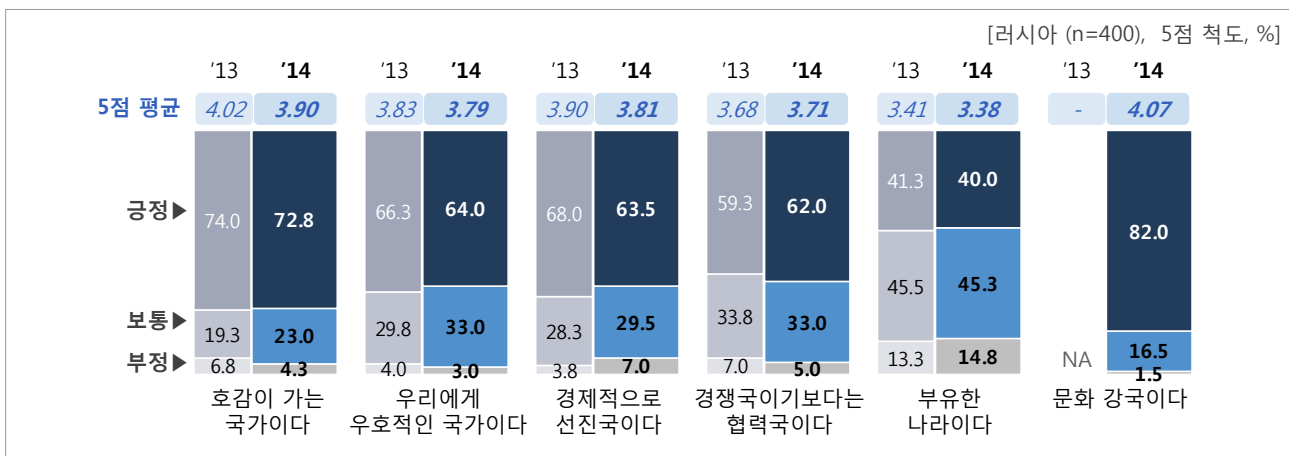
연상 이미지 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (55)	50대 (45)	기혼 (231)	미혼 (169)	중졸 이하 (42)	고졸 (79)	대졸 이상 (279)	호감 (128)	보통 (226)	비호감 (46)
IT 첨단산업	<u>30.0</u>	12.0	17.0	16.0	21.0	<u>29.1</u>	<u>31.1</u>	24.2	16.6	7.1	15.2	<u>24.7</u>	23.4	21.2	13.0
자동차	20.0	20.0	13.0	24.0	21.0	16.4	<u>28.9</u>	23.4	15.4	14.3	12.7	<u>22.9</u>	21.1	19.0	21.7
한식	15.0	22.0	20.0	17.0	24.0	16.4	8.9	18.2	18.9	19.0	20.3	17.9	<u>24.2</u>	15.9	15.2
북한	5.5	8.5	7.0	8.0	6.0	5.5	8.9	6.9	7.1	4.8	8.9	6.8	4.7	6.2	<u>17.4</u>
태권도	6.5	6.0	7.0	4.0	7.0	9.1	4.4	5.6	7.1	7.1	7.6	5.7	1.6	8.8	6.5
올림픽/월드컵	2.5	6.0	5.0	6.0	3.0	5.5	-	2.2	7.1	7.1	2.5	4.3	4.7	3.5	6.5
한국전쟁	3.5	4.0	-	5.0	4.0	7.3	4.4	2.6	5.3	4.8	3.8	3.6	3.9	3.5	4.3

2. 한국에 대한 인식

Q1. 귀하는 한국에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 한국에 대한 인식으로는 '문화 강국이다'가 82.0%(328명)로 가장 높고, 그 외 '호감이 가는 국가이다', '우호적인 국가이다' 순으로 높게 나타남
- 한국이 문화 강국이라는 인식은 남성, 한류 호감층에서 상대적으로 높음
호감이 가는 국가라는 인식은 남성, 30~50대, 기혼, 한류 호감층을 중심으로 높게 나타남

[그림 15-2. 한국에 대한 인식]



[표 15-2. 한국에 대한 인식]

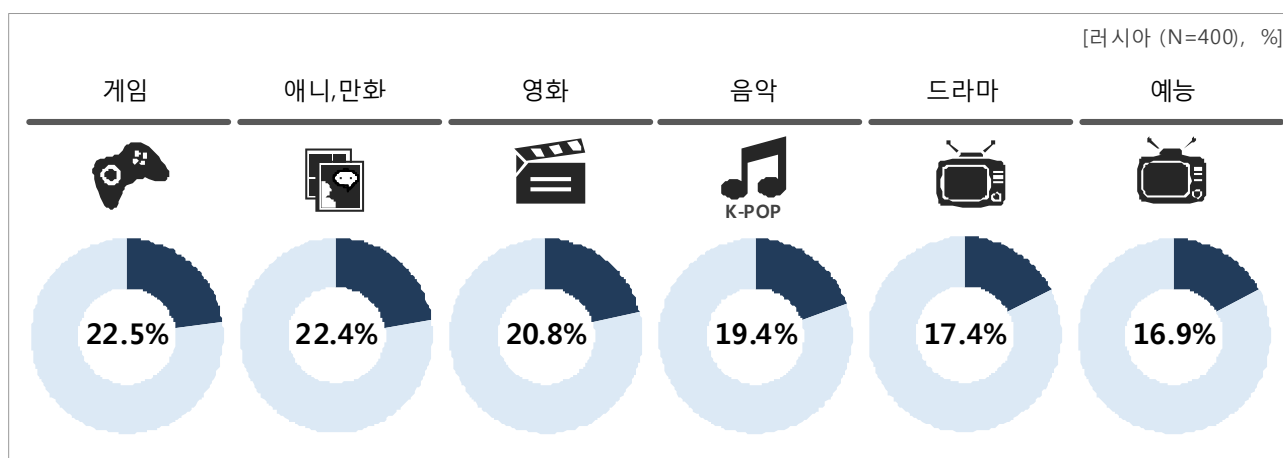
Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (55)	50대 (45)	기혼 (231)	미혼 (169)	중졸이하 (42)	고졸 (79)	대졸이상 (279)	호감 (128)	보통 (226)	비호감 (46)
호감이 가는 국가이다	<u>77.5</u>	68.0	67.0	67.0	<u>76.0</u>	<u>80.0</u>	<u>82.2</u>	<u>76.6</u>	67.5	57.1	67.1	<u>76.7</u>	<u>83.6</u>	69.5	58.7
우리에게 우호적인 국가이다	59.5	<u>68.5</u>	56.0	65.0	67.0	67.3	68.9	66.7	60.4	57.1	49.4	<u>69.2</u>	<u>75.0</u>	61.1	47.8
경제적으로 선진국이다	<u>72.0</u>	55.0	51.0	54.0	72.0	78.2	75.6	<u>70.1</u>	54.4	40.5	50.6	<u>70.6</u>	<u>71.1</u>	61.5	52.2
경쟁국이기보다는 협력국이다	65.5	58.5	62.0	59.0	61.0	69.1	62.2	61.9	62.1	52.4	53.2	<u>65.9</u>	<u>75.0</u>	58.0	45.7
부유한 나라이다	<u>48.5</u>	31.5	28.0	32.0	46.0	54.5	53.3	<u>46.3</u>	31.4	19.0	26.6	<u>47.0</u>	<u>50.0</u>	36.7	28.3
문화 강국이다	<u>84.5</u>	79.5	77.0	83.0	84.0	83.6	84.4	83.1	80.5	73.8	79.7	<u>83.9</u>	<u>89.1</u>	80.5	69.6

3. 한국문화 콘텐츠 소비량

Q7_1. 최근 1년간 귀하가 다음 각 문화 콘텐츠를 소비하는데 있어서 한국 콘텐츠의 비중이 몇 % 정도라고 생각하십니까?

- 러시아에서 한국문화 콘텐츠 소비량은 전반적으로 15~20%대 수준이며, '게임'의 소비량이 22.5%(90명)로 가장 높게 나타남
그 외 '애니, 만화', '영화', 'K-POP' 순임
- '게임', '애니, 만화'를 비롯한 모든 한국문화 콘텐츠에서 여성, 연령대가 낮아질수록, 한류 호감층을 중심으로 콘텐츠 소비량이 상대적으로 높은 것으로 조사됨

[그림 15-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]



[표 15-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]

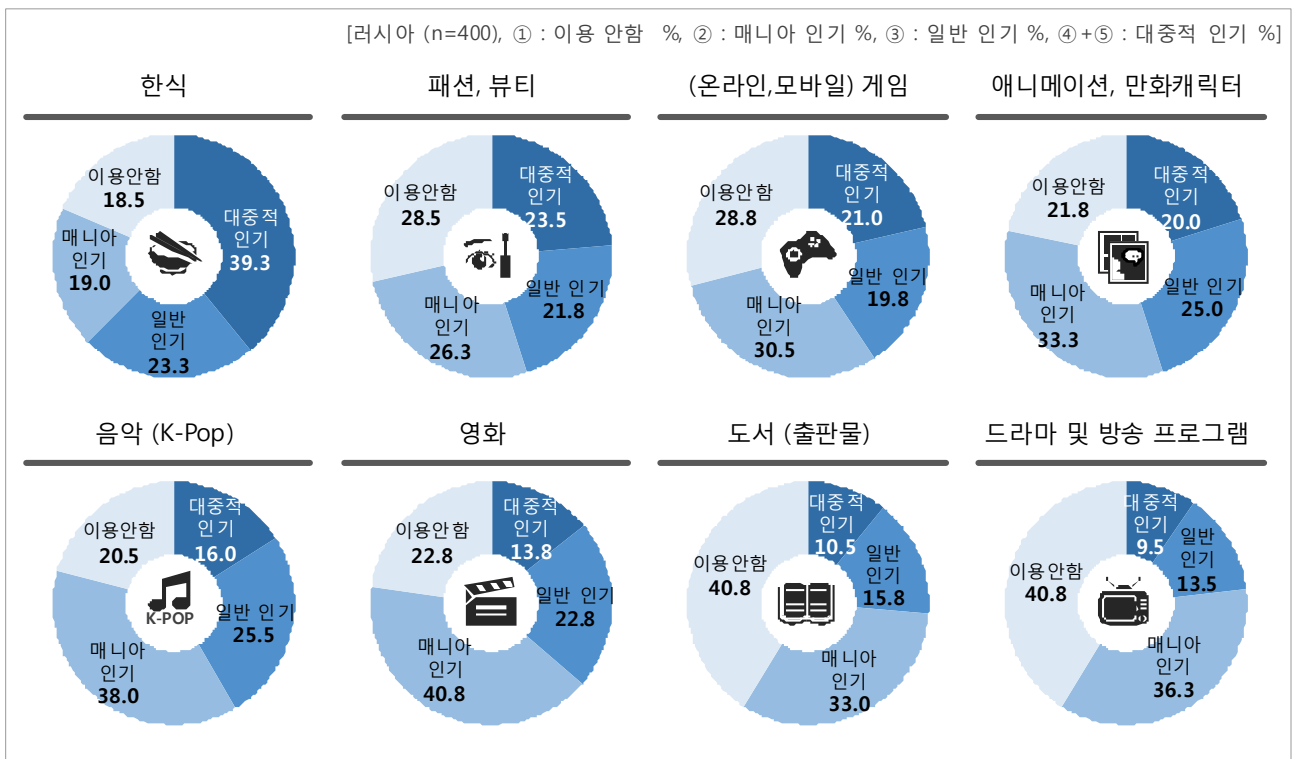
한국문화 콘텐츠 소비량 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (55)	50대 (45)	기혼 (231)	미혼 (169)	중졸 이하 (42)	고졸 (79)	대졸 이상 (279)	호감 (128)	보통 (226)	비호감 (46)
게임	21.4	<u>23.5</u>	<u>28.4</u>	26.0	19.6	17.2	14.1	21.4	23.9	26.9	23.7	21.4	<u>25.9</u>	21.1	19.6
애니, 만화	19.2	<u>25.6</u>	<u>27.5</u>	24.5	19.4	19.2	16.8	22.2	22.6	25.0	24.1	21.5	<u>29.9</u>	19.2	16.7
영화	19.2	<u>22.5</u>	<u>24.2</u>	23.3	18.4	17.7	17.0	20.3	21.6	23.1	23.6	19.7	<u>27.3</u>	18.4	14.8
음악	17.2	<u>21.6</u>	<u>22.8</u>	21.0	15.5	19.7	16.6	19.5	19.2	21.9	19.3	19.1	<u>27.3</u>	16.2	13.0
드라마	14.5	<u>20.3</u>	<u>20.8</u>	18.4	15.4	14.5	15.2	17.0	17.8	19.5	18.3	16.8	<u>24.2</u>	14.4	12.8
예능	15.4	<u>18.5</u>	<u>21.5</u>	18.5	14.2	14.1	12.6	16.6	17.3	21.7	18.2	15.8	<u>23.4</u>	13.9	13.5

4. 한국문화 콘텐츠 인기도

Q6-2. 현재 귀하가 속한 나라에서 다음의 한국대중문화상품의 인기가 어느 정도라고 생각하시는지 응답하여 주십시오.

- 러시아에서 가장 대중적으로 인기가 있는 한국문화상품은 '한식'이 39.3%(157명)로 가장 높았으며, 그 외 '패션, 뷰티', '게임', '애니/만화'가 20%대 이상의 대중적인 인기를 받고 있는 한국문화 콘텐츠로 나타남
- 한식은 20대 이후 연령이 높아질수록, 한류 호감층을 중심으로 대중적 인기가 상대적으로 높게 나타남

[그림 15-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]



[표 15-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]

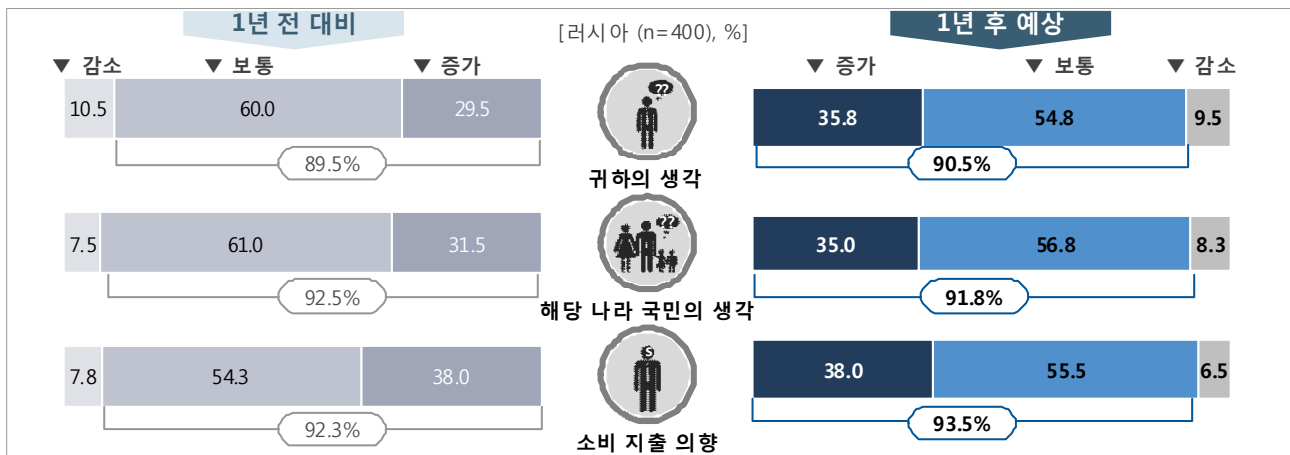
대중적 인기 %	성별		연령					결혼여부		중졸 이하	학력		대졸 이상	한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (55)	50대 (45)	기혼 (231)	미혼 (169)		고졸 (79)	대졸 이상 (279)		호감 (128)	보통 (226)	비호감 (46)
한국 음식	38.5	40.0	33.0	29.0	44.0	49.1	53.3	42.0	35.5	26.2	34.2	42.7	53.1	35.0	21.7	
한국 패션, 뷰티	22.0	25.0	28.0	17.0	26.0	23.6	22.2	27.3	18.3	21.4	20.3	24.7	39.1	16.4	15.2	
한국 게임	25.0	17.0	30.0	19.0	17.0	20.0	15.6	19.0	23.7	26.2	17.7	21.1	28.1	18.1	15.2	
한국 애니메이션	22.0	18.0	25.0	15.0	20.0	20.0	20.0	21.6	17.8	28.6	15.2	20.1	35.2	11.9	17.4	
한국 음악(K-Pop)	15.5	16.5	21.0	11.0	13.0	20.0	17.8	19.0	11.8	16.7	13.9	16.5	23.4	13.3	8.7	
한국 영화	14.0	13.5	16.0	11.0	16.0	12.7	11.1	14.3	13.0	9.5	6.3	16.5	23.4	10.2	4.3	
한국 도서(출판물)	12.5	8.5	20.0	9.0	8.0	5.5	4.4	10.4	10.7	21.4	5.1	10.4	20.3	6.2	4.3	
한국 드라마 및 방송	10.5	8.5	14.0	5.0	11.0	10.9	4.4	10.4	8.3	11.9	5.1	10.4	19.5	5.3	2.2	

5. 한국문화 관심도

Q14. 귀하는 다음의 한국문화상품 관련 사항에 대해 어떻게 생각합니까?

- 한국문화상품에 대한 본인의 관심도는 1년 전과 유사/증가하였다는 의견이 89.5%(358명)이며, 90.5%(362명)가 향후 1년 후에도 관심도가 현재와 유사/증가할 것으로 예상함
- 러시아 국민의 한국문화에 대한 관심도는 1년 전 대비 유사/증가했다는 의견이 92.5%(370명)일 뿐만 아니라 향후에도 유사한 수준으로 관심이 지속 될 것이라고 여김
- 소비 지출 의향의 경우, 92.3%(369명)가 1년 전과 비교하여 유사/증가했다고 응답하였으며, 1년 후에도 소비 지출 의향이 현재와 유사한 수준으로 예상하고 있음(93.5%, 374명)

[그림 15-5. 한국문화상품 관심도]



[표 15-5. 한국문화상품 관심도]

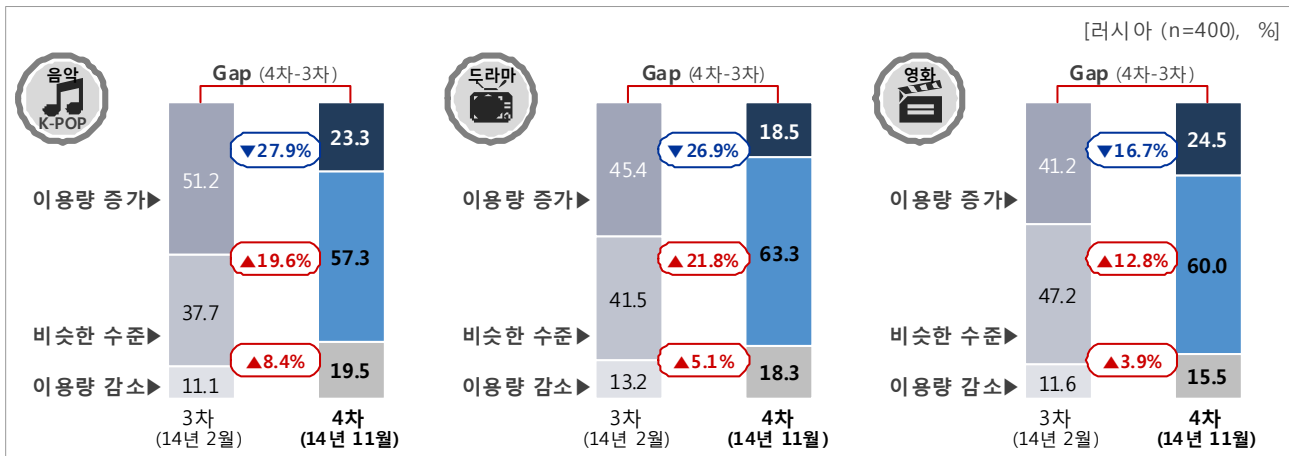
한국 문화 상품 관심도 %		귀하의 생각			해당나라 국민의 생각			소비 지출 의향		
		1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비		
		감소↓	보통=	증가↑	감소↓	보통=	증가↑	감소↓	보통=	증가↑
성별	남성 (200)	15.0	56.0	29.0	12.0	57.0	31.0	10.0	60.5	29.5
	여성 (200)	6.0	64.0	30.0	7.0	52.5	40.5	5.0	61.5	33.5
연령	15~19세 (100)	17.0	50.0	33.0	14.0	49.0	37.0	7.0	55.0	38.0
	20대 (100)	15.0	57.0	28.0	14.0	52.0	34.0	14.0	59.0	27.0
	30대 (100)	4.0	72.0	24.0	4.0	65.0	31.0	4.0	72.0	24.0
	40대 (55)	1.8	67.3	30.9	1.8	58.2	40.0	3.6	63.6	32.7
	50대 (45)	11.1	53.3	35.6	11.1	46.7	42.2	6.7	51.1	42.2
결혼 여부	기혼 (231)	8.2	60.6	31.2	6.9	58.0	35.1	5.6	59.7	34.6
	미혼 (169)	13.6	59.2	27.2	13.0	50.3	36.7	10.1	62.7	27.2
학력	중졸이하 (42)	19.0	45.2	35.7	16.7	45.2	38.1	4.8	61.9	33.3
	고졸 (79)	16.5	60.8	22.8	13.9	58.2	27.8	11.4	63.3	25.3
	대졸이상 (279)	7.5	62.0	30.5	7.2	55.2	37.6	6.8	60.2	33.0
한류 태도	호감 (128)	6.3	44.5	49.2	4.7	33.6	61.7	5.5	50.0	44.5
	보통 (226)	8.8	69.0	22.1	9.7	64.6	25.7	6.6	65.5	27.9
	비호감 (46)	30.4	58.7	10.9	21.7	65.2	13.0	17.4	69.6	13.0

6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)

Q7_2. 귀하께서는 현재 한국 대중문화의 평균 이용량이 1년 전에 비해 어떻다고 생각하십니까?

- 전반적으로 한국문화상품 이용량이 '전년 대비 증가했다'는 비율이 감소한 것으로 나타난 가운데, 특히 'K-POP'과 '드라마'의 감소가 두드러짐
- 'K-POP'은 20대 여성, 한류 호감층에서 이용량이 증가하였다는 응답이 상대적으로 높았으며, '드라마'와 '영화'는 한류 호감층을 중심으로 이용량 증가가 상대적으로 높게 나타남

[그림 15-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]



[표 15-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]

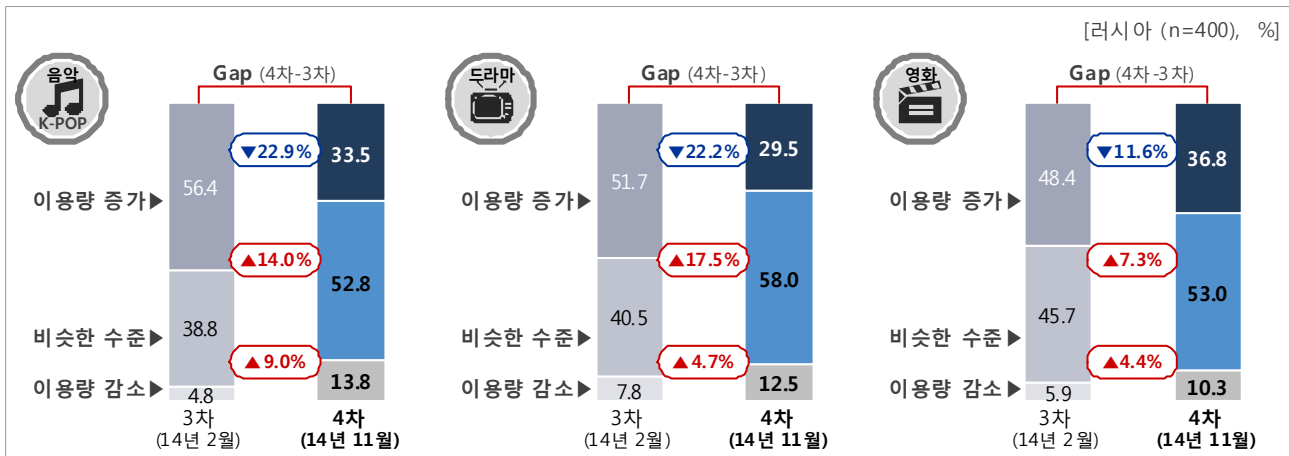
한국문화 1년 전 대비 이용량 변화 %			음악						드라마						영화					
			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사		
			감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)		10.4	39.6	50.0	21.0	60.5	18.5	11.7	39.8	48.5	22.0	63.0	15.0	9.6	46.1	44.4	17.0	58.0	25.0
	여성 (200)		11.6	36.1	52.3	18.0	54.0	28.0	14.7	43.1	42.2	14.5	63.5	22.0	13.8	48.4	37.7	14.0	62.0	24.0
연령	15~19세 (100)		18.9	28.4	52.7	26.0	51.0	23.0	14.0	33.3	52.6	18.0	62.0	20.0	17.7	40.5	41.8	17.0	57.0	26.0
	20대 (100)		7.1	32.9	60.0	19.0	54.0	27.0	17.0	45.3	37.7	21.0	61.0	18.0	10.7	48.8	40.5	17.0	61.0	22.0
	30대 (100)		7.1	44.3	48.6	17.0	64.0	19.0	9.6	40.4	50.0	16.0	65.0	19.0	9.0	52.8	38.2	14.0	60.0	26.0
	40대 (55)		10.5	43.9	45.6	12.7	65.5	21.8	11.8	41.2	47.1	10.9	74.5	14.5	10.9	42.2	46.9	10.9	65.5	23.6
	50대 (45)		11.1	50.0	38.9	20.0	53.3	26.7	11.1	77.8	11.1	26.7	53.3	20.0	4.8	57.1	38.1	17.8	57.8	24.4
결혼 여부	기혼 (231)		8.8	41.5	49.7	15.6	60.2	24.2	9.2	46.8	44.0	16.9	64.1	19.0	9.0	45.7	45.2	12.6	61.9	25.5
	미혼 (169)		14.4	32.2	53.4	24.9	53.3	21.9	17.7	35.4	46.9	20.1	62.1	17.8	15.2	49.3	35.5	19.5	57.4	23.1
학력	중졸이하 (42)		10.0	37.5	52.5	23.8	57.1	19.0	22.2	40.7	37.0	23.8	50.0	26.2	20.0	40.0	40.0	21.4	50.0	28.6
	고졸 (79)		17.6	37.8	44.6	29.1	53.2	17.7	13.8	36.2	50.0	22.8	65.8	11.4	14.3	48.0	37.8	19.0	58.2	22.8
	대졸이상 (279)		8.6	37.7	53.7	16.1	58.4	25.4	10.8	44.2	45.0	16.1	64.5	19.4	8.5	48.2	43.2	13.6	62.0	24.4
한류 태도	호감 (128)		9.6	27.2	63.2	14.8	50.0	35.2	7.1	31.6	61.2	18.8	51.6	29.7	10.2	33.6	56.2	15.6	50.0	34.4
	보통 (226)		12.5	50.0	37.5	19.0	62.8	18.1	17.6	52.7	29.7	14.6	71.7	13.7	12.2	55.8	32.1	13.7	66.4	19.9
	비호감 (46)		12.0	32.0	56.0	34.8	50.0	15.2	25.0	37.5	37.5	34.8	54.3	10.9	13.6	59.1	27.3	23.9	56.5	19.6

7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)

Q7_3. 귀하께서는 1년 후 한국 대중문화의 평균 이용량이 현재와 비교하여 어떠할 것이라고 생각하십니까?

- 향후 한국문화 이용량이 증가하거나 현재와 비슷한 수준으로 유지될 것이라고 예상한 비율은 전체의 약 90%대 수준으로 그 비율은 전년대비 소폭 하락함
- 'K-POP', '드라마', '영화' 모두 여성, 한류 호감층에서 상대적으로 이용량 증가가 높게 예상됨

[그림 15-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]



[표 15-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]

한국문화 1년 후 대비 이용량 변화 %		음악						드라마						영화					
		3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사		
		감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)	0.7	38.8	60.4	16.5	<u>58.5</u>	25.0	7.8	38.8	53.4	13.0	<u>67.5</u>	19.5	5.1	39.9	<u>55.1</u>	10.5	<u>61.0</u>	28.5
	여성 (200)	8.4	38.7	52.9	11.0	47.0	<u>42.0</u>	7.8	42.2	50.0	12.0	48.5	<u>39.5</u>	6.9	<u>52.2</u>	40.9	10.0	45.0	<u>45.0</u>
연령	15~19세 (100)	<u>13.5</u>	32.4	54.1	20.0	44.0	36.0	10.5	22.8	<u>66.7</u>	16.0	56.0	28.0	8.9	41.8	49.4	14.0	48.0	38.0
	20대 (100)	1.4	37.1	61.4	16.0	53.0	31.0	13.2	47.2	39.6	14.0	52.0	34.0	6.0	42.9	51.2	14.0	47.0	39.0
	30대 (100)	1.4	37.1	61.4	10.0	58.0	32.0	5.8	42.3	51.9	7.0	64.0	29.0	6.7	44.9	48.3	5.0	60.0	35.0
	40대 (55)	1.8	<u>50.9</u>	47.4	7.3	52.7	40.0	-	50.0	50.0	9.1	63.6	27.3	-	54.7	45.3	7.3	58.2	34.5
	50대 (45)	5.6	38.9	55.6	11.1	60.0	28.9	-	66.7	33.3	17.8	55.6	26.7	9.5	47.6	42.9	8.9	55.6	35.6
결혼 여부	기혼 (231)	2.3	40.4	57.3	10.4	54.5	35.1	4.6	<u>46.8</u>	48.6	9.5	<u>62.3</u>	28.1	4.5	45.2	50.3	7.8	55.0	37.2
	미혼 (169)	8.5	36.4	55.1	18.3	50.3	31.4	11.5	33.3	55.2	16.6	52.1	31.4	8.0	46.4	45.7	13.6	50.3	36.1
학력	중졸이하 (42)	7.5	27.5	65.0	26.2	35.7	38.1	7.4	29.6	63.0	14.3	52.4	33.3	7.5	47.5	45.0	14.3	47.6	38.1
	고졸 (79)	9.5	41.9	48.6	17.7	53.2	29.1	12.1	36.2	51.7	16.5	59.5	24.1	8.2	45.9	45.9	13.9	50.6	35.4
	대졸이상 (279)	2.3	40.0	57.7	10.8	55.2	34.1	5.8	<u>45.0</u>	49.2	11.1	58.4	30.5	4.5	45.2	50.3	8.6	54.5	36.9
한류 태도	호감 (128)	5.1	23.5	<u>71.3</u>	10.2	44.5	<u>45.3</u>	9.2	28.6	62.2	9.4	45.3	<u>45.3</u>	2.9	38.7	<u>58.4</u>	6.3	43.8	<u>50.0</u>
	보통 (226)	2.3	<u>55.5</u>	42.2	14.2	58.0	27.9	<u>5.5</u>	50.5	44.0	11.9	<u>65.9</u>	22.1	6.4	50.6	42.9	10.6	58.8	30.5
	비호감 (46)	<u>16.0</u>	36.0	48.0	<u>21.7</u>	50.0	28.3	12.5	56.3	31.3	23.9	54.3	21.7	<u>13.6</u>	50.0	36.4	19.6	50.0	30.4

제15장 국가별 결과 분석 : 러시아

II. 한류에 대한 인식

1. 한류 용어 인지도 및 호감도

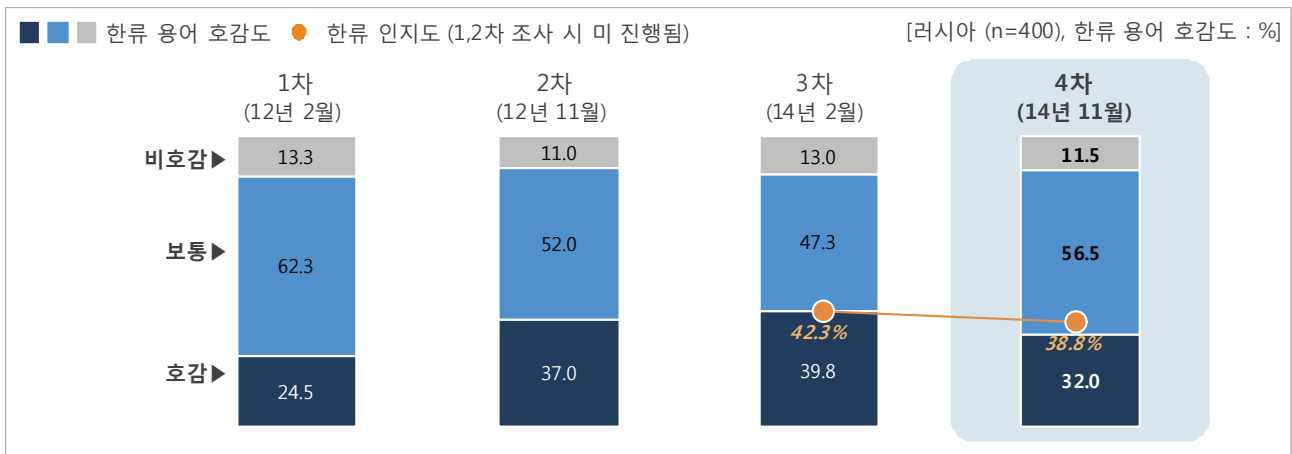
Q4. 한국 대중문화 유행 현상을 한류(Korean Wave/Hallyu)라고 부릅니다.

귀하께서는 '한류'라는 용어를 이전에 들어본 적이 있습니까?

Q4_1. 귀하께서는 한류라는 용어에 대해 어떻게 생각하십니까?

- '한류' 용어의 인지도는 38.8%(155명)로 3차 조사 대비 소폭 감소하였음
- '한류' 용어 호감도 또한 32.0%(128명)로 3차 조사 대비 다소 하락하는 모습이나, 한류 용어 비호감이 아닌 '보통' 응답자가 상승하였음
- 한류 인지도는 연령대가 높아질수록 다소 낮아지는 모습을 보임

[그림 15-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]



[표 15-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]

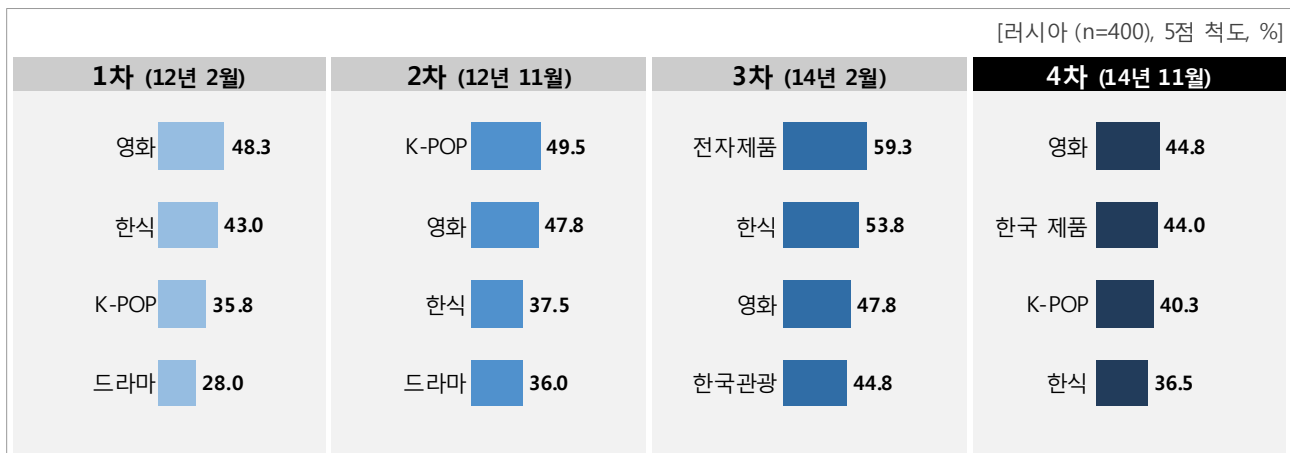
%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (55)	50대 (45)	기혼 (231)	미혼 (169)	중졸 이하 (42)	고졸 (79)	대졸 이상 (279)	호감 (128)	보통 (226)	비호감 (46)
한류 인지도	40.5	37.0	45.0	40.0	37.0	30.9	35.6	38.5	39.1	40.5	35.4	39.4	48.4	38.1	15.2
한류 호감도 - 호감	27.5	36.5	33.0	30.0	36.0	30.9	26.7	34.6	28.4	31.0	22.8	34.8	100.0	-	-
한류 호감도 - 보통	57.5	55.5	59.0	55.0	53.0	58.2	60.0	51.5	63.3	61.9	60.8	54.5	-	100.0	-
한류 호감도 - 비호감	15.0	8.0	8.0	15.0	11.0	10.9	13.3	13.9	8.3	7.1	16.5	10.8	-	-	100.0

2. 한류 대표 콘텐츠

Q5. 다음 보기 중 '한류'라고 생각하는 것을 모두 선택해 주십시오.

- 한국의 대표 콘텐츠는 '영화'가 44.8%(179명)로 가장 높았으며, 그 외 '한국 제품', 'K-POP' 순으로 나타남
- '영화'는 40대, 여성, 한류 호감층에서 대표 콘텐츠로 인식되고 있으며, '한국 제품'은 40~50대, 기혼층에서 대표 콘텐츠로 인식하는 비중이 상대적으로 높게 나타남

[그림 15-9. 한류 대표 콘텐츠]



[표 15-9. 한류 대표 콘텐츠]

한류 대표 콘텐츠 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (55)	50대 (45)	기혼 (231)	미혼 (169)	중졸 이하 (42)	고졸 (79)	대졸 이상 (279)	호감 (128)	보통 (226)	비호감 (46)
영화	42.0	<u>47.5</u>	44.0	42.0	46.0	<u>52.7</u>	40.0	44.2	45.6	42.9	<u>51.9</u>	43.0	<u>57.0</u>	38.5	41.3
한국 제품	45.0	43.0	36.0	33.0	48.0	<u>56.4</u>	<u>62.2</u>	<u>46.8</u>	40.2	31.0	44.3	45.9	43.8	46.5	32.6
K-POP	41.0	39.5	50.0	45.0	38.0	36.4	17.8	38.5	42.6	40.5	40.5	40.1	<u>42.2</u>	30.3	34.8
한식	28.5	<u>44.5</u>	36.0	26.0	38.0	45.5	46.7	34.6	39.1	40.5	35.4	36.2	35.9	37.2	34.8

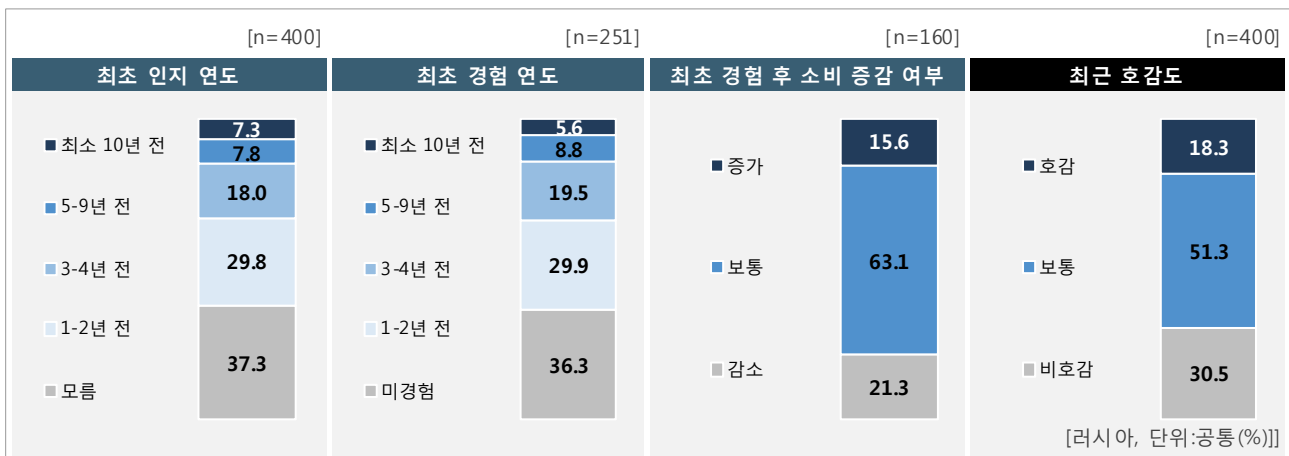
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악

(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램의 인지도와 경험률은 63%대 수준으로
10년 전부터 인지한 비율은 7.3%(29명)로 확인됨
한편, 응답자의 약 30%대 가 최근 1~2년 이내에 한국 드라마를 인지/경험한 것으로 나타남
- 최초 경험 이후 소비 증가율은 15.6%(25명)로 낮은 편이며, 호감도 역시 18.3%(73명)로
높지 않은 수준임
- 40대의 경우, 10년 전부터 한국 드라마를 인지/경험한 비중이 타 연령대 대비 높게 나타남

[그림 15-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]



[표 15-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]

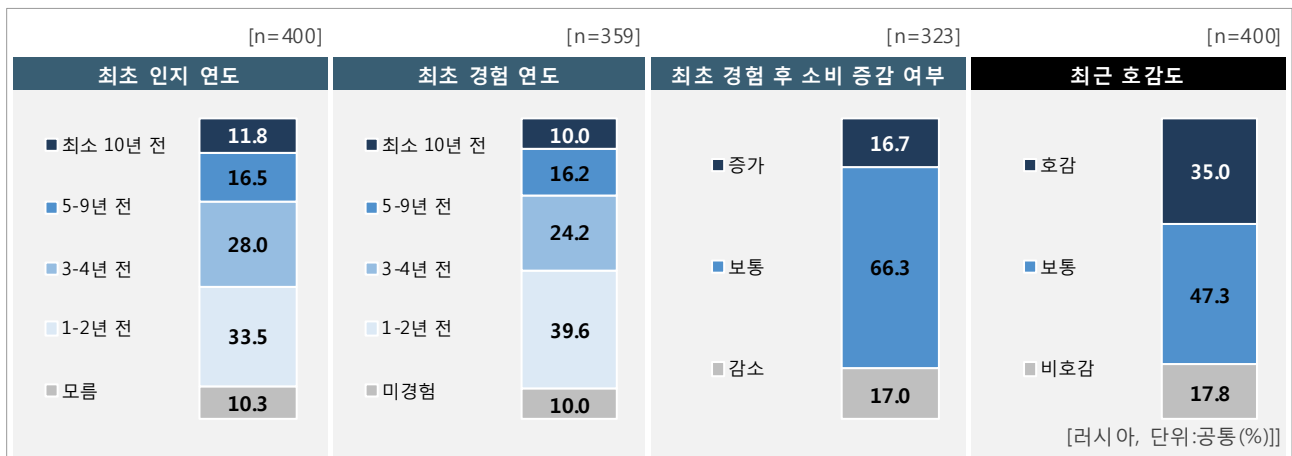
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	39.0	30.5	18.0	6.5	6.0	36.9	31.1	23.0	5.7	3.3	26.0	57.1	16.9	32.5	51.5	16.0
	여성	(200)	35.5	29.0	18.0	9.0	8.5	35.7	28.7	16.3	11.6	7.8	16.9	68.7	14.5	28.5	51.0	20.5
연령	15~19세	(100)	25.0	41.0	23.0	6.0	5.0	26.7	41.3	21.3	6.7	4.0	29.1	60.0	10.9	31.0	46.0	23.0
	20대	(100)	37.0	35.0	15.0	6.0	7.0	46.0	27.0	12.7	9.5	4.8	14.7	67.6	17.6	30.0	56.0	14.0
	30대	(100)	42.0	26.0	18.0	6.0	8.0	32.8	27.6	22.4	12.1	5.2	23.1	56.4	20.5	34.0	51.0	15.0
	40대	(55)	40.0	18.2	18.2	10.9	12.7	42.4	24.2	15.2	6.1	12.1	21.1	63.2	15.8	23.6	58.2	18.2
	50대	(45)	51.1	15.6	13.3	15.6	4.4	40.9	13.6	31.8	9.1	4.5	-	84.6	15.4	31.1	44.4	24.4
결혼 여부	기혼	(231)	40.3	26.8	18.2	8.7	6.1	37.7	25.4	19.6	11.6	5.8	17.4	62.8	19.8	26.0	55.4	18.6
	미혼	(169)	33.1	33.7	17.8	6.5	8.9	34.5	35.4	19.5	5.3	5.3	25.7	63.5	10.8	36.7	45.6	17.8
학력	중졸이하	(42)	23.8	47.6	19.0	2.4	7.1	28.1	50.0	15.6	6.3	-	21.7	69.6	8.7	33.3	47.6	19.0
	고졸	(79)	39.2	29.1	20.3	3.8	7.6	35.4	29.2	20.8	8.3	6.3	35.5	61.3	3.2	35.4	50.6	13.9
	대졸이상	(279)	38.7	27.2	17.2	9.7	7.2	38.0	26.3	19.9	9.4	6.4	17.0	62.3	20.8	28.7	52.0	19.4
한류 태도	호감	(128)	25.8	30.5	24.2	10.9	8.6	27.4	27.4	24.2	14.7	6.3	15.9	52.2	31.9	20.3	46.1	33.6
	보통	(226)	39.8	31.9	15.0	5.8	7.5	41.9	30.1	16.2	5.9	5.9	22.8	73.4	3.8	35.8	53.5	10.6
	비호감	(46)	56.5	17.4	15.2	8.7	2.2	40.0	40.0	20.0	-	-	41.7	58.3	-	32.6	54.3	13.0

(2) 한국 영화

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 영화의 인지도와 경험률은 약 90%대로 높은 수준임
- 응답자의 60%대 이상이 최근 4년 이내에 한국 영화를 인지/경험한 것으로 나타난 가운데, 최소 10년 전부터 인지/경험한 비율도 10%대 내외로 낮지 않은 수준임
- 30~40대, 한류 호감층에서 최소 10년 전부터 한국 영화를 인지한 비중이 상대적으로 높게 나타남

[그림 15-11. 한국 영화]



[표 15-11. 한국 영화]

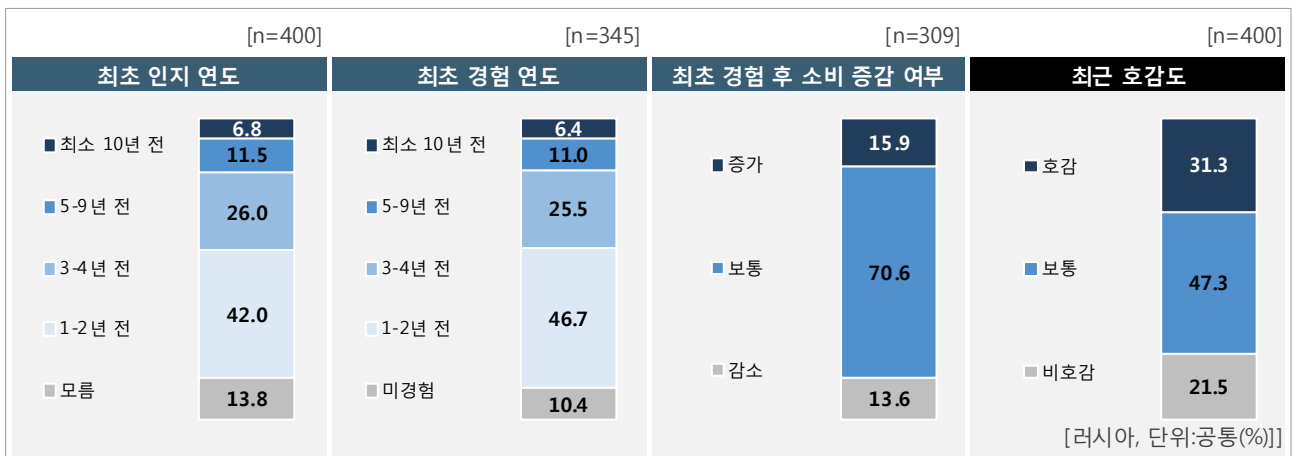
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	7.5	34.5	30.0	16.5	11.5	8.1	41.6	24.9	15.1	10.3	19.4	63.5	17.1	16.5	49.5	34.0
	여성	(200)	13.0	32.5	26.0	16.5	12.0	12.1	37.4	23.6	17.2	9.8	14.4	69.3	16.3	19.0	45.0	36.0
연령	15~19세	(100)	8.0	<u>44.0</u>	29.0	14.0	5.0	9.8	<u>52.2</u>	21.7	13.0	3.3	<u>26.5</u>	57.8	15.7	22.0	48.0	30.0
	20대	(100)	10.0	31.0	33.0	17.0	9.0	14.4	35.6	30.0	13.3	6.7	14.3	66.2	19.5	18.0	48.0	34.0
	30대	(100)	13.0	35.0	26.0	11.0	<u>15.0</u>	4.6	39.1	20.7	18.4	17.2	19.3	65.1	15.7	18.0	49.0	33.0
	40대	(55)	10.9	23.6	23.6	16.4	<u>25.5</u>	12.2	28.6	24.5	14.3	20.4	7.0	<u>74.4</u>	18.6	9.1	47.3	<u>43.6</u>
	50대	(45)	8.9	24.4	24.4	33.3	8.9	9.8	34.1	24.4	26.8	4.9	8.1	78.4	13.5	17.8	40.0	42.2
결혼 여부	기혼	(231)	10.8	32.9	26.8	17.3	12.1	9.2	38.8	22.8	18.9	10.2	13.9	67.9	18.2	15.2	46.8	38.1
	미혼	(169)	9.5	34.3	29.6	15.4	11.2	11.1	40.5	26.1	12.4	9.8	21.3	64.0	14.7	21.3	47.9	30.8
학력	중졸이하	(42)	9.5	<u>52.4</u>	21.4	9.5	7.1	7.9	<u>63.2</u>	23.7	2.6	2.6	20.0	68.6	11.4	23.8	50.0	26.2
	고졸	(79)	5.1	39.2	30.4	20.3	5.1	13.3	34.7	29.3	16.0	6.7	20.0	66.2	13.8	22.8	44.3	32.9
	대졸이상	(279)	11.8	29.0	28.3	16.5	<u>14.3</u>	9.3	37.4	22.8	18.3	12.2	15.7	65.9	18.4	15.4	47.7	36.9
한류 태도	호감	(128)	10.2	30.5	32.0	11.7	15.6	10.4	28.7	31.3	19.1	10.4	11.7	58.3	<u>30.1</u>	15.6	35.9	<u>48.4</u>
	보통	(226)	10.6	33.2	26.5	19.0	10.6	9.4	44.6	19.3	16.3	10.4	16.9	<u>72.1</u>	10.9	18.1	<u>54.0</u>	27.9
	비호감	(46)	8.7	43.5	23.9	17.4	6.5	11.9	45.2	28.6	7.1	7.1	<u>32.4</u>	59.5	8.1	21.7	45.7	32.6

(3) 한국 음악(K-POP)

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 러시아의 K-POP 인지도는 86.2%(345명)이며, 경험률은 89.6%(309명)로 높은 수준임
최근 1~2년 이내에 인지/경험한 비율이 40%대 이상으로 가장 높았으며, 최소 10년 전부터 인지/경험한 비율은 약 7%대 정도로 나타남
- 약 16%는 최초 경험 이후 소비증가율은 15.9%(49명)로 높지 않으며, 최근 호감도는 31.3%(125명)임
- 남성, 한류 호감층을 중심으로 K-POP 경험 후 소비증가가 상대적으로 높게 나타남

[그림 15-12. 한국 음악(K-POP)]



[표 15-12. 한국 음악(K-POP)]

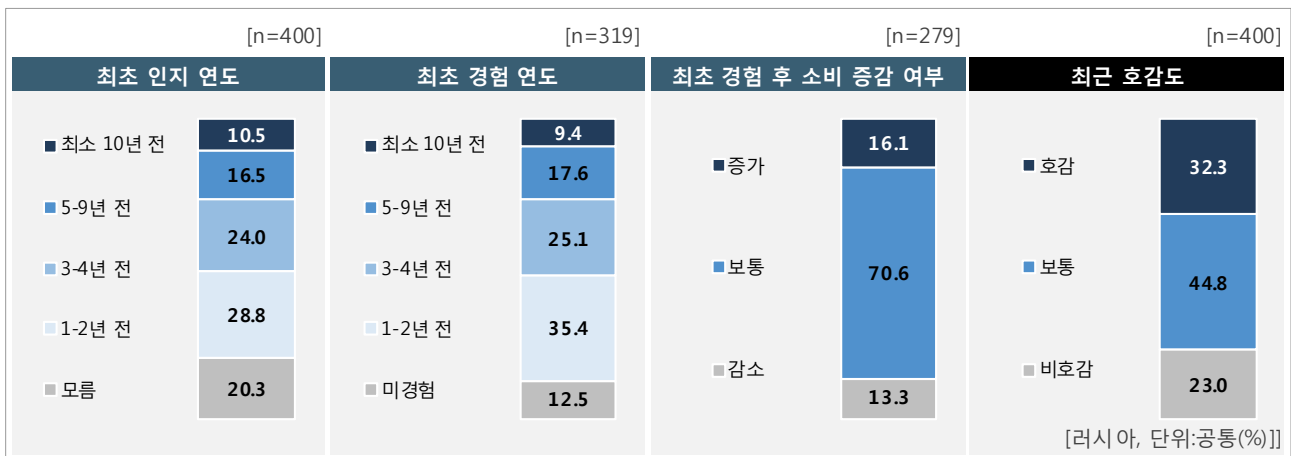
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	15.0	40.0	30.0	10.5	4.5	12.9	45.9	28.2	8.8	4.1	13.5	66.2	20.3	24.0	48.5	27.5
	여성	(200)	12.5	44.0	22.0	12.5	9.0	8.0	47.4	22.9	13.1	8.6	13.7	74.5	11.8	19.0	46.0	35.0
연령	15~19세	(100)	7.0	49.0	30.0	9.0	5.0	8.6	49.5	25.8	14.0	2.2	21.2	63.5	15.3	14.0	52.0	34.0
	20대	(100)	20.0	36.0	25.0	15.0	4.0	10.0	45.0	28.8	12.5	3.8	12.5	72.2	15.3	26.0	45.0	29.0
	30대	(100)	13.0	42.0	28.0	12.0	5.0	11.5	42.5	27.6	10.3	8.0	13.0	68.8	18.2	23.0	49.0	28.0
	40대	(55)	14.5	40.0	20.0	9.1	16.4	8.5	51.1	17.0	8.5	14.9	7.0	81.4	11.6	18.2	50.9	30.9
	50대	(45)	15.6	42.2	22.2	11.1	8.9	15.8	47.4	23.7	5.3	7.9	6.3	75.0	18.8	28.9	33.3	37.8
결혼 여부	미혼	(231)	16.0	39.8	25.1	12.1	6.9	8.8	43.8	27.3	12.4	7.7	7.3	75.7	16.9	18.6	48.5	32.9
	기혼	(169)	10.7	45.0	27.2	10.7	6.5	12.6	50.3	23.2	9.3	4.6	22.0	63.6	14.4	25.4	45.6	29.0
학력	중졸이하	(42)	7.1	54.8	21.4	11.9	4.8	5.1	69.2	12.8	12.8	-	21.6	56.8	21.6	19.0	54.8	26.2
	고졸	(79)	22.8	38.0	29.1	5.1	5.1	11.5	39.3	32.8	9.8	6.6	20.4	68.5	11.1	27.8	51.9	20.3
	대졸이상	(279)	12.2	41.2	25.8	13.3	7.5	11.0	44.9	25.7	11.0	7.3	10.6	73.4	16.1	20.1	44.8	35.1
한류 태도	호감	(128)	7.0	32.8	36.7	17.2	6.3	5.9	40.3	30.3	16.0	7.6	13.4	60.7	25.9	13.3	34.4	52.3
	보통	(226)	15.5	46.5	22.1	8.4	7.5	13.6	48.7	23.6	8.4	5.8	12.7	77.0	10.3	23.9	54.0	22.1
	비호감	(46)	23.9	45.7	15.2	10.9	4.3	8.6	57.1	20.0	8.6	5.7	18.8	71.9	9.4	32.6	50.0	17.4

(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 애니메이션 인지도는 79.7%(319명)이며, 경험률은 87.5%(279명)로 나타남
- 애니메이션 경험 후 16.1%(45명)가 소비가 증가한 것으로 나타났으며, 최근 호감도는 32.3%(129명)임
- 10~20대 연령층, 한류 호감층을 중심으로 한국 애니메이션 경험 후 소비증가 및 호감도가 상대적으로 높게 나타남,

[그림 15-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]



[표 15-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]

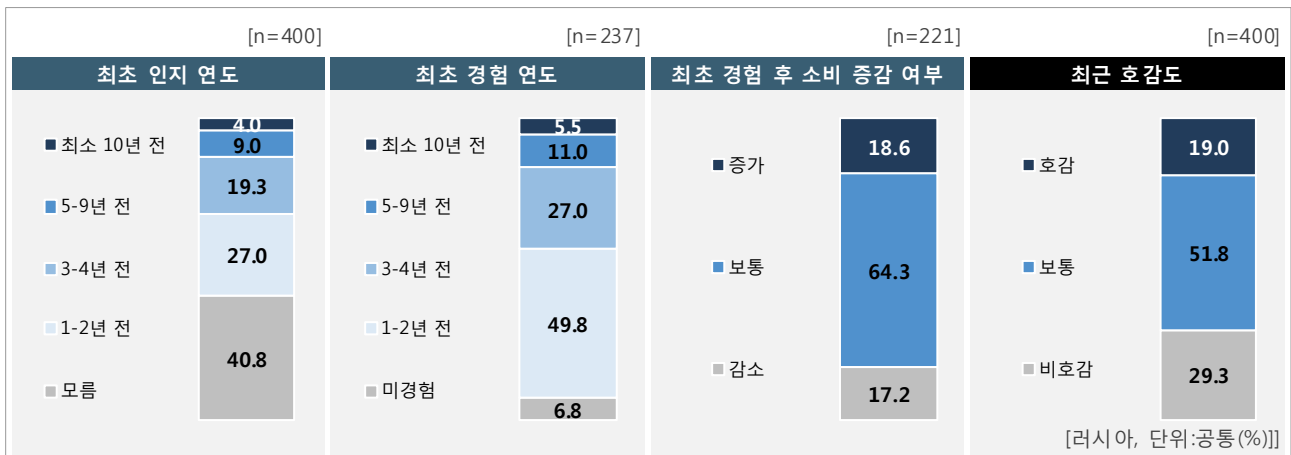
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	23.5	26.0	27.0	13.5	10.0	14.4	33.3	27.5	14.4	10.5	16.8	64.1	19.1	23.0	49.0	28.0
	여성	(200)	17.0	31.5	21.0	19.5	11.0	10.8	37.3	22.9	20.5	8.4	10.1	<u>76.4</u>	13.5	23.0	40.5	36.5
연령	15~19세	(100)	13.0	36.0	24.0	17.0	10.0	11.5	39.1	16.1	<u>26.4</u>	6.9	19.5	59.7	<u>20.8</u>	18.0	41.0	<u>41.0</u>
	20대	(100)	17.0	27.0	30.0	18.0	8.0	13.3	33.7	28.9	16.9	7.2	9.7	70.8	<u>19.4</u>	22.0	43.0	<u>35.0</u>
	30대	(100)	22.0	27.0	25.0	18.0	8.0	7.7	35.9	30.8	16.7	9.0	15.3	73.6	11.1	28.0	49.0	23.0
	40대	(55)	20.0	30.9	18.2	12.7	18.2	15.9	34.1	22.7	9.1	<u>18.2</u>	8.1	78.4	13.5	20.0	50.9	29.1
	50대	(45)	40.0	17.8	15.6	13.3	13.3	22.2	29.6	29.6	7.4	11.1	4.8	85.7	9.5	28.9	40.0	31.1
결혼 여부	미혼	(231)	21.6	27.3	24.2	16.9	10.0	8.3	34.8	28.7	18.2	9.9	8.4	<u>75.3</u>	16.3	22.1	46.3	31.6
	기혼	(169)	18.3	30.8	23.7	16.0	11.2	<u>18.1</u>	36.2	20.3	16.7	8.7	<u>20.4</u>	63.7	15.9	24.3	42.6	33.1
학력	중졸이하	(42)	14.3	<u>40.5</u>	23.8	7.1	14.3	11.1	<u>55.6</u>	13.9	16.7	2.8	15.6	56.3	<u>28.1</u>	23.8	42.9	33.3
	고졸	(79)	24.1	25.3	21.5	21.5	7.6	13.3	28.3	23.3	<u>28.3</u>	6.7	15.4	71.2	13.5	25.3	43.0	31.6
	대졸이상	(279)	20.1	28.0	24.7	16.5	10.8	12.6	34.1	<u>27.4</u>	14.8	11.2	12.3	72.8	14.9	22.2	45.5	32.3
한류 태도	호감	(128)	10.9	22.7	30.5	22.7	13.3	5.3	30.7	29.8	<u>23.7</u>	10.5	11.1	62.0	<u>26.9</u>	16.4	34.4	<u>49.2</u>
	보통	(226)	21.7	32.7	22.6	13.3	9.7	16.4	39.5	22.0	13.0	9.0	14.2	77.0	8.8	25.2	<u>50.4</u>	24.3
	비호감	(46)	<u>39.1</u>	26.1	13.0	15.2	6.5	17.9	28.6	25.0	21.4	7.1	17.4	69.6	13.0	<u>30.4</u>	45.7	23.9

(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 게임의 인지도는 59.8%(237명)로 타 한국 문화 콘텐츠 대비 다소 낮음
- 경험률은 93.2%(221명)이며, 그 중 약 50%대가 최근 1~2년 이내 한국 게임을 경험하였음
- 최초 경험 후 소비증가율은 18.6%(41명)이며, 최근 호감도는 19.0%(76명)로 낮은 편임
- 40대 여성, 기혼, 한류 비호감층은 상대적으로 한국 게임에 대한 인지도가 떨어짐
- 10대 남성, 미혼 집단의 경우, 타 집단 대비 한국 게임을 최근 1~2년 이내 경험한 비율이 높게 나타남

[그림 15-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]



[표 15-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]

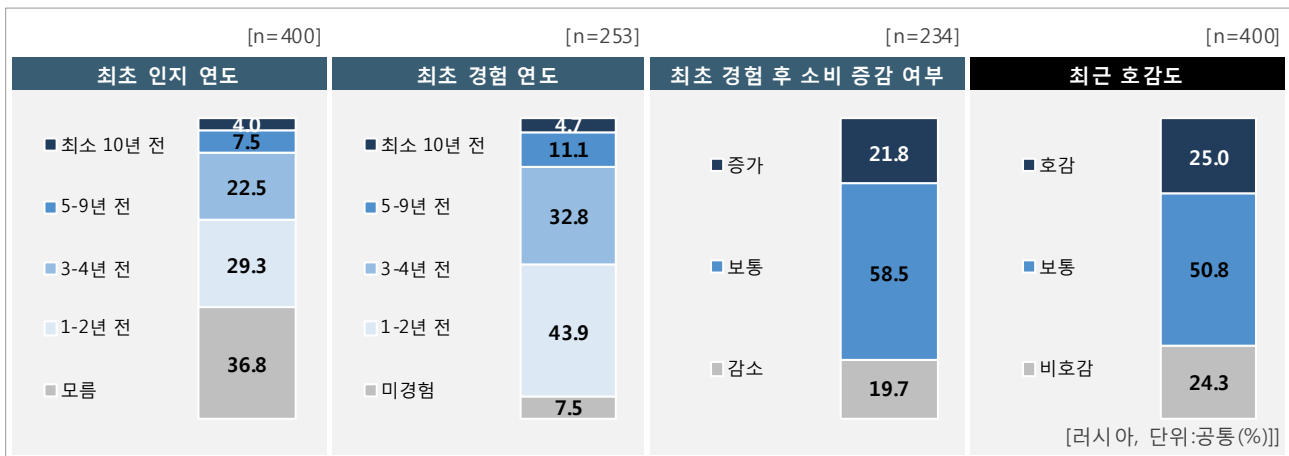
%			1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		35.0	29.0	21.5	10.0	4.5	5.4	46.9	31.5	10.8	5.4	16.3	62.6	21.1	28.0	50.0	22.0
	여성 (200)		46.5	25.0	17.0	8.0	3.5	8.4	53.3	21.5	11.2	5.6	18.4	66.3	15.3	30.5	53.5	16.0
연령	15~19세 (100)		28.0	43.0	18.0	8.0	3.0	4.2	62.5	22.2	8.3	2.8	20.3	59.4	20.3	31.0	47.0	22.0
	20대 (100)		36.0	28.0	20.0	9.0	7.0	4.7	51.6	23.4	10.9	9.4	19.7	60.7	19.7	28.0	50.0	22.0
	30대 (100)		41.0	19.0	26.0	12.0	2.0	10.2	40.7	32.2	13.6	3.4	17.0	66.0	17.0	30.0	51.0	19.0
	40대 (55)		56.4	16.4	14.5	7.3	5.5	12.5	37.5	29.2	8.3	12.5	4.8	81.0	14.3	21.8	65.5	12.7
	50대 (45)		60.0	20.0	11.1	6.7	2.2	5.6	38.9	38.9	16.7	-	11.8	70.6	17.6	35.6	51.1	13.3
결혼 여부	기혼 (231)		42.9	22.5	19.9	11.3	3.5	6.8	40.9	32.6	15.2	4.5	13.8	65.9	20.3	25.5	54.5	19.9
	미혼 (169)		37.9	33.1	18.3	5.9	4.7	6.7	61.0	20.0	5.7	6.7	21.4	62.2	16.3	34.3	47.9	17.8
학력	중졸이하 (42)		26.2	57.1	11.9	4.8	-	3.2	80.6	9.7	6.5	-	23.3	63.3	13.3	35.7	40.5	23.8
	고졸 (79)		43.0	27.8	22.8	2.5	3.8	6.7	60.0	24.4	2.2	6.7	21.4	66.7	11.9	38.0	53.2	8.9
	대졸이상 (279)		42.3	22.2	19.4	11.5	4.7	7.5	41.0	31.1	14.3	6.2	14.8	63.8	21.5	25.8	53.0	21.1
한류 태도	호감 (128)		32.0	28.9	20.3	16.4	2.3	6.9	46.0	28.7	14.9	3.4	17.3	49.4	33.3	19.5	50.0	30.5
	보통 (226)		43.8	27.0	18.1	5.8	5.3	7.1	52.0	25.2	7.9	7.9	15.3	74.6	10.2	32.3	52.7	15.0
	비호감 (46)		50.0	21.7	21.7	4.3	2.2	4.3	52.2	30.4	13.0	-	27.3	63.6	9.1	41.3	52.2	6.5

(6) 한국 패션, 뷰티

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 러시아 내 한국 패션/뷰티의 인지도는 63.2%(253명)이며, 경험률은 92.5%(234명)임
- 특히, 최근 1~2년 이내에 인지/경험한 비율이 30~40%대 내외로 높게 나타남에 따라 러시아 내 한국 패션/뷰티는 최근 인지/경험하고 있는 것으로 판단됨
- 최초 경험 후 소비 증가율은 21.8%(51명), 최근 호감도는 25.0%(100명)임
- 10대, 여성, 미혼 집단을 중심으로 최근 1~2년 사이에 한국 패션, 뷰티를 경험했다는 비중이 상대적으로 높게 나타남

[그림 15-15. 한국 패션, 뷰티]



[표 15-15. 한국 패션, 뷰티]

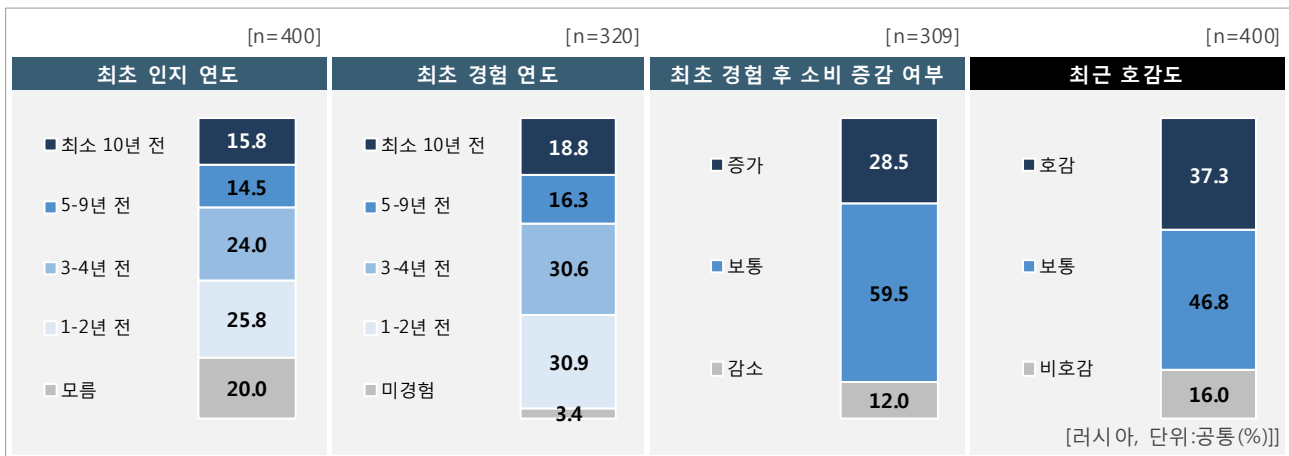
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
성별	성별	(n)	모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
남성	남성	(200)	45.0	26.0	18.5	8.0	2.5	10.9	41.8	32.7	11.8	2.7	21.4	57.1	21.4	29.5	50.5	20.0
	여성	(200)	28.5	32.5	26.5	7.0	5.5	4.9	45.5	32.9	10.5	6.3	18.4	59.6	22.1	19.0	51.0	30.0
연령	15~19세	(100)	33.0	38.0	18.0	9.0	2.0	1.5	59.7	28.4	7.5	3.0	30.3	54.5	15.2	31.0	50.0	19.0
	20대	(100)	36.0	33.0	23.0	3.0	5.0	12.5	45.3	31.3	6.3	4.7	14.3	67.9	17.9	30.0	47.0	23.0
	30대	(100)	39.0	21.0	27.0	9.0	4.0	9.8	29.5	39.3	16.4	4.9	21.8	50.9	27.3	21.0	55.0	24.0
	40대	(55)	29.1	29.1	29.1	5.5	7.3	7.7	41.0	33.3	10.3	7.7	11.1	69.4	19.4	7.3	54.5	38.2
	50대	(45)	51.1	20.0	13.3	13.3	2.2	4.5	36.4	31.8	22.7	4.5	9.5	47.6	42.9	24.4	46.7	28.9
결혼 여부	기혼	(231)	35.1	26.0	25.1	10.0	3.9	7.3	36.7	37.3	14.7	4.0	15.1	59.7	25.2	17.7	53.2	29.0
	미혼	(169)	39.1	33.7	18.9	4.1	4.1	7.8	54.4	26.2	5.8	5.8	26.3	56.8	16.8	33.1	47.3	19.5
학력	중졸이하	(42)	28.6	47.6	19.0	4.8	-	6.7	70.0	23.3	-	-	32.1	57.1	10.7	33.3	50.0	16.7
	고졸	(79)	41.8	27.8	26.6	2.5	1.3	6.5	52.2	37.0	2.2	2.2	27.9	62.8	9.3	36.7	45.6	17.7
	대졸이상	(279)	36.6	26.9	21.9	9.3	5.4	7.9	37.3	33.3	15.3	6.2	15.3	57.7	27.0	19.4	52.3	28.3
한류 태도	호감	(128)	28.1	24.2	29.7	12.5	5.5	8.7	29.3	39.1	17.4	5.4	11.9	50.0	38.1	18.0	38.3	43.8
	보통	(226)	39.8	31.0	20.8	5.3	3.1	5.9	52.9	29.4	8.1	3.7	22.7	64.8	12.5	24.8	58.8	16.4
	비호감	(46)	45.7	34.8	10.9	4.3	4.3	12.0	48.0	28.0	4.0	8.0	31.8	54.5	13.6	39.1	45.7	15.2

(7) 한국 음식

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 러시아 내 한식 인지도는 80.0%(320명)로 나타났으며, 그 중 최소 10년 전부터 한식을 인지한 비율이 15.8%(63명)로 이는 러시아내 한국대중문화상품 중 가장 높은 수치임
- 한식 경험률 또한 96.6%(309명)로 매우 높을 뿐만 아니라, 최소 10년 전부터 경험한 비율도 18.8%(60명)로 높게 나타남
- 한식 경험 이후 소비 증가율은 28.5%(88명), 최근 호감도는 37.3%(149명)임
- 40~50대, 기혼, 한류 호감층에서 한식에 대한 최근 호감도가 타 집단대비 상대적으로 높게 나타남

[그림 15-16. 한국 음식]



[표 15-16. 한국 음식]

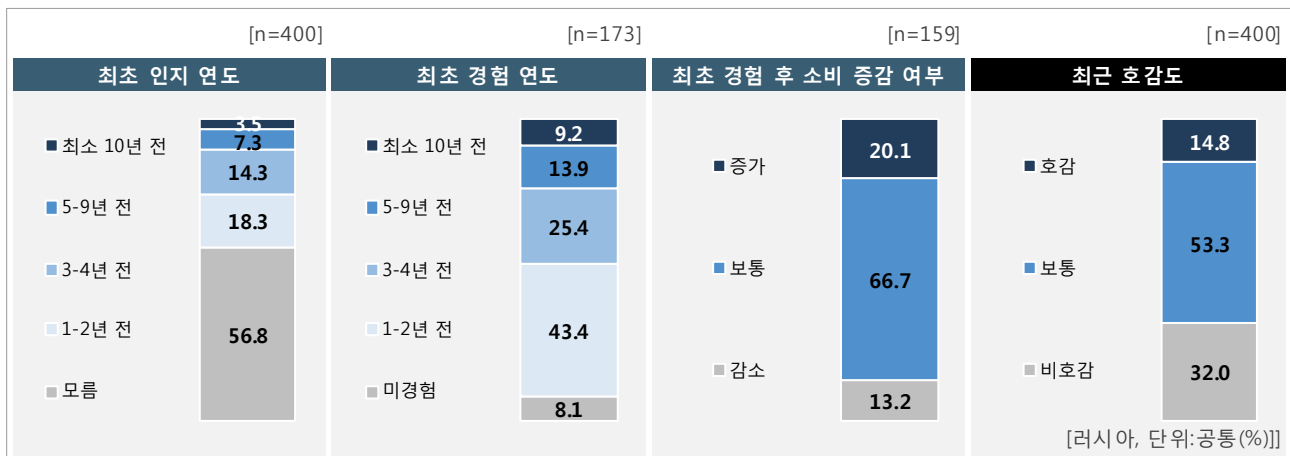
%		1					2					3			4		
		최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
		모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)	21.5	24.0	22.0	15.0	17.5	4.5	28.7	28.0	18.5	20.4	11.3	60.7	28.0	17.0	45.5	37.5
	여성 (200)	18.5	27.5	26.0	14.0	14.0	2.5	33.1	33.1	14.1	17.2	12.6	58.5	28.9	15.0	48.0	37.0
연령	15~19세 (100)	22.0	32.0	28.0	10.0	8.0	5.1	39.7	38.5	7.7	9.0	18.9	60.8	20.3	24.0	53.0	23.0
	20대 (100)	24.0	26.0	21.0	16.0	13.0	3.9	34.2	28.9	14.5	18.4	9.6	56.2	34.2	19.0	43.0	38.0
	30대 (100)	19.0	24.0	23.0	15.0	19.0	1.2	33.3	23.5	22.2	19.8	12.5	58.8	28.8	11.0	52.0	37.0
	40대 (55)	14.5	25.5	25.5	14.5	20.0	2.1	23.4	29.8	19.1	25.5	8.7	67.4	23.9	5.5	43.6	50.9
	50대 (45)	15.6	15.6	22.2	20.0	26.7	5.3	10.5	34.2	21.1	28.9	5.6	55.6	38.9	15.6	33.3	51.1
결혼 여부	기혼 (231)	16.9	23.8	25.1	17.3	16.9	2.1	26.6	30.7	21.4	19.3	9.6	57.4	33.0	11.7	45.9	42.4
	미혼 (169)	24.3	28.4	22.5	10.7	14.2	5.5	37.5	30.5	8.6	18.0	15.7	62.8	21.5	21.9	47.9	30.2
학력	중졸이하 (42)	19.0	42.9	33.3	4.8	-	2.9	58.8	35.3	2.9	-	15.2	69.7	15.2	26.2	54.8	19.0
	고졸 (79)	24.1	20.3	27.8	17.7	10.1	8.3	30.0	31.7	16.7	13.3	21.8	54.5	23.6	21.5	48.1	30.4
	대졸이상 (279)	19.0	24.7	21.5	15.1	19.7	2.2	27.0	29.6	18.1	23.0	9.0	59.3	31.7	12.9	45.2	41.9
한류 태도	호감 (128)	17.2	22.7	27.3	17.2	15.6	1.9	27.4	32.1	22.6	16.0	7.7	48.1	44.2	14.1	29.7	56.3
	보통 (226)	20.8	27.9	22.6	13.3	15.5	4.5	33.5	29.6	13.4	19.0	12.3	67.8	19.9	16.8	54.0	29.2
	비호감 (46)	23.9	23.9	21.7	13.0	17.4	2.9	28.6	31.4	11.4	25.7	23.5	52.9	23.5	17.4	58.7	23.9

(8) 한국 도서(출판물)

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 도서 인지도는 43.2%(173명)로 러시아 내 한국대중문화상품 중 가장 낮음
- 한국 도서 경험률은 91.9%(159명)이며, 그 중 43.4%(75명)가 최근 1~2년 이내 경험한 것으로 나타남
- 경험 이후 소비 증가율은 20.1%(32명), 한국 서적에 대한 호감도는 14.8%(59명)임
- 10대 남성, 한류 호감층에서 최초 경험 이후 소비량 증가가 상대적으로 높게 나타남

[그림 15-17. 한국 도서(출판물)]



[표 15-17. 한국 도서(출판물)]

% (성별, 연령, 결혼여부, 학력, 한류태도)			1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		54.0	21.0	14.5	9.5	1.0	12.0	44.6	25.0	13.0	5.4	7.4	66.7	25.9	33.0	49.5	17.5
	여성 (200)		59.5	15.5	14.0	5.0	6.0	3.7	42.0	25.9	14.8	13.6	19.2	66.7	14.1	31.0	57.0	12.0
연령	15~19세 (100)		44.0	28.0	10.0	14.0	4.0	3.6	53.6	23.2	14.3	5.4	16.7	59.3	24.1	32.0	48.0	20.0
	20대 (100)		59.0	14.0	20.0	4.0	3.0	9.8	36.6	31.7	12.2	9.8	13.5	70.3	16.2	35.0	54.0	11.0
	30대 (100)		61.0	15.0	16.0	6.0	2.0	5.1	41.0	25.6	15.4	12.8	10.8	73.0	16.2	32.0	55.0	13.0
	40대 (55)		60.0	14.5	16.4	3.6	5.5	13.6	40.9	27.3	9.1	9.1	10.5	68.4	21.1	20.0	65.5	14.5
	50대 (45)		66.7	17.8	4.4	6.7	4.4	20.0	33.3	13.3	20.0	13.3	8.3	66.7	25.0	40.0	44.4	15.6
결혼여부	기혼 (231)		58.4	14.3	16.5	7.4	3.5	9.4	35.4	31.3	13.5	10.4	10.3	67.8	21.8	28.1	55.4	16.5
	미혼 (169)		54.4	23.7	11.2	7.1	3.6	6.5	53.2	18.2	14.3	7.8	16.7	65.3	18.1	37.3	50.3	12.4
학력	중졸이하 (42)		40.5	45.2	4.8	7.1	2.4	8.0	72.0	4.0	16.0	-	21.7	47.8	30.4	26.2	52.4	21.4
	고졸 (79)		59.5	12.7	17.7	7.6	2.5	12.5	40.6	34.4	3.1	9.4	14.3	75.0	10.7	44.3	45.6	10.1
	대졸이상 (279)		58.4	15.8	14.7	7.2	3.9	6.9	37.9	27.6	16.4	11.2	11.1	68.5	20.4	29.4	55.6	15.1
한류태도	호감 (128)		47.7	18.0	19.5	12.5	2.3	6.0	35.8	28.4	22.4	7.5	7.9	58.7	33.3	25.8	46.9	27.3
	보통 (226)		60.2	18.6	12.4	4.4	4.4	6.7	48.9	24.4	8.9	11.1	16.7	72.6	10.7	33.2	58.4	8.4
	비호감 (46)		65.2	17.4	8.7	6.5	2.2	25.0	43.8	18.8	6.3	6.3	16.7	66.7	16.7	43.5	45.7	10.9

4. 한류 콘텐츠별 정보 채널

Q3_1~Q3_3. 귀하께서 한국 대중문화 중 한국드라마/한국 영화/ 한국 음악을 접하는 경로를

모두 선택해 주십시오.

- 러시아는 전반적으로 'YouTube'와 '인터넷 무료 다운로드'를 통해 한류 콘텐츠를 접하는 것으로 나타남

[표 15-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]

한류 콘텐츠별 정보 채널 %			드라마					영화		K-POP		
			1순위	2순위				1순위	2순위	1순위	2순위	
전체			(160)	YouTube 등 (71.3%)	인터넷 무료 다운로드 (46.9%)	(323)	YouTube 등 (69.0%)	인터넷 무료 다운로드 (49.8%)	(309)	YouTube 등 (74.1%)	인터넷 무료 다운로드 (36.6%)	
성별	남성	(77)	YouTube 등 (66.2%)	인터넷 무료 다운로드 (48.1%)	(170)	YouTube 등(70%)	인터넷 무료 다운로드 (53.5%)	(148)	YouTube 등 (74.3%)	인터넷 무료 다운로드 (35.1%)		
	여성	(83)	YouTube 등 (75.9%)	인터넷 무료 다운로드 (45.8%)	(153)	YouTube 등(68%)	인터넷 무료 다운로드 (45.8%)	(161)	YouTube 등 (73.9%)	TV (38.5%)		
연령	15~19세	(55)	YouTube 등 (67.3%)	TV (47.3%)	(83)	YouTube 등(72.3%)	인터넷 무료 다운로드 (48.2%)	(85)	YouTube 등 (70.6%)	인터넷 무료 다운로드 (36.5%)		
	20대	(34)	YouTube 등 (82.4%)	인터넷 무료 다운로드 (50.0%)	(77)	YouTube 등(75.3%)	인터넷 무료 다운로드 (51.9%)	(72)	YouTube 등 (79.2%)	인터넷 무료 다운로드 (38.9%)		
	30대	(39)	YouTube 등 (71.8%)	TV (51.3%)	(83)	YouTube 등(65.1%)	TV (47.0%)	(77)	YouTube 등 (75.3%)	TV (31.2%)		
	40대	(19)	YouTube 등 (73.7%)	인터넷 무료 다운로드 (57.9%)	(43)	YouTube 등(65.1%)	인터넷 무료 다운로드 (65.1%)	(43)	YouTube 등 (72.1%)	인터넷 무료 다운로드 (41.9%)		
	50대	(13)	YouTube 등 (53.8%)	인터넷 무료 다운로드 (53.8%)	(37)	YouTube 등(62.2%)	TV (51.4%)	(32)	YouTube 등 (71.9%)	라디오 (59.4%)		
결혼 여부	기혼	(86)	YouTube 등 (69.8%)	인터넷 무료 다운로드 (51.2%)	(187)	YouTube 등(67.9%)	인터넷 무료 다운로드 (51.9%)	(177)	YouTube 등 (73.4%)	인터넷 무료 다운로드 (40.7%)		
	미혼	(74)	YouTube 등 (73.0%)	TV (48.6%)	(136)	YouTube 등(70.6%)	TV (49.3%)	(132)	YouTube 등 (75.0%)	TV (33.3%)		
학력	중졸이하	(23)	YouTube 등 (56.5%)	TV (52.2%)	(35)	YouTube 등(65.7%)	인터넷 무료 다운로드 (51.4%)	(37)	YouTube 등 (64.9%)	인터넷 무료 다운로드 (35.1%)		
	고졸	(31)	YouTube 등 (71.0%)	인터넷 무료 다운로드 (38.7%)	(65)	YouTube 등(64.6%)	인터넷 무료 다운로드 (56.9%)	(54)	YouTube 등 (70.4%)	인터넷 무료 다운로드 (44.4%)		
	대졸이상	(106)	YouTube 등 (74.5%)	인터넷 무료 다운로드 (50.0%)	(223)	YouTube 등(70.9%)	인터넷 무료 다운로드 (47.5%)	(218)	YouTube 등 (76.6%)	인터넷 무료 다운로드 (34.9%)		
한류 태도	호감	(69)	YouTube 등 (71.0%)	인터넷 무료 다운로드 (55.1%)	(103)	YouTube 등(71.8%)	인터넷 무료 다운로드 (53.4%)	(112)	YouTube 등 (74.1%)	인터넷 무료 다운로드 (39.3%)		
	보통	(79)	YouTube 등 (75.9%)	TV (46.8%)	(183)	YouTube 등(70.5%)	인터넷 무료 다운로드 (48.1%)	(165)	YouTube 등 (75.8%)	인터넷 무료 다운로드 (35.2%)		
	비호감	(12)	YouTube 등 (41.7%)	TV (33.3%)	(37)	YouTube 등(54.1%)	인터넷 무료 다운로드 (48.6%)	(32)	YouTube 등 (65.6%)	TV (37.5%)		

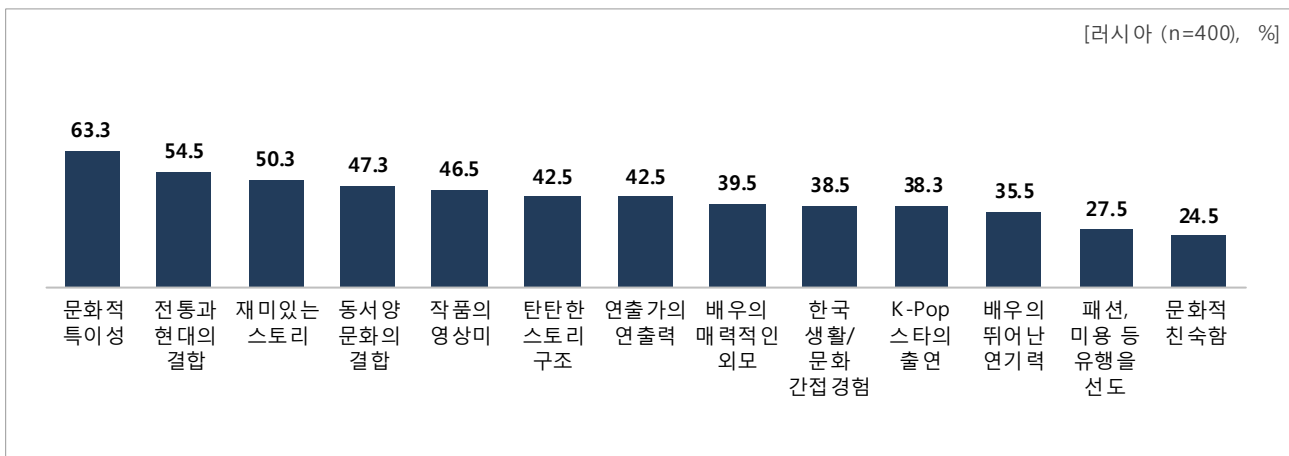
5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인

(1) 한국 드라마

Q9_1. 귀하께서는 한국 드라마의 인기요인이 무엇이라고 생각하십니까?

- 한국 드라마의 인기요인으로는 '문화적 특이성'이 63.3%(253명)로 가장 높았으며, 그 외 '전통과 현대의 결합', '재미있는 스토리' 순으로 나타남
- 문화적 특이성은 30~50대, 한류 호감층을 중심으로 인기요인으로 상대적으로 높게 인식함

[그림 15-18. 한국 드라마 인기 요인]



[표 15-19. 한국 드라마 인기 요인]

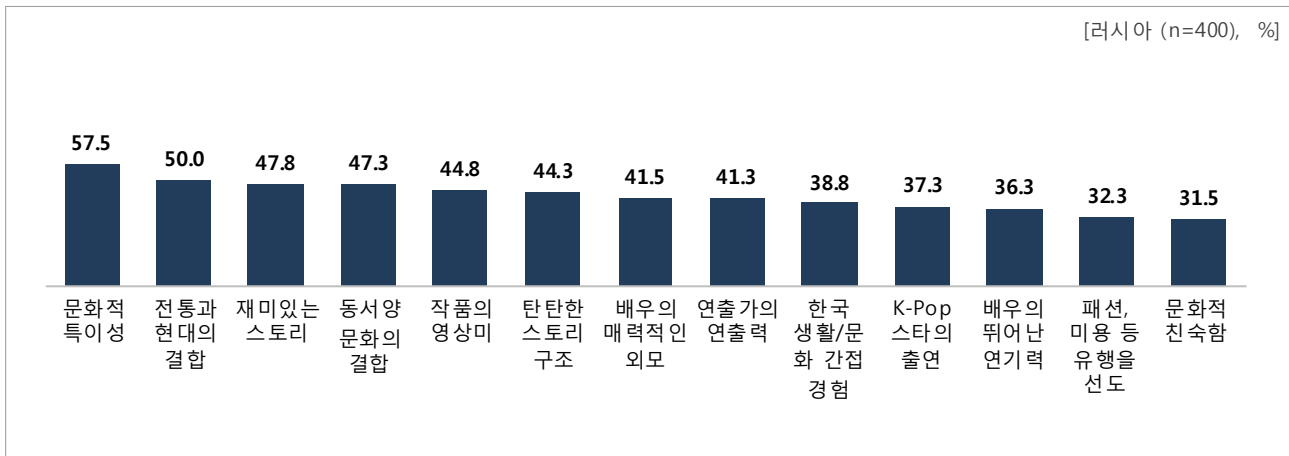
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (55)	50대 (45)	기혼 (231)	미혼 (169)	중졸이하 (42)	고졸 (79)	대졸이상 (279)	호감 (128)	보통 (226)	비호감 (46)
문화적 특이성	61.0	65.5	59.0	58.0	<u>65.0</u>	<u>70.9</u>	<u>71.1</u>	62.3	64.5	50.0	60.8	65.9	<u>77.3</u>	59.7	41.3
전통과 현대의 결합	49.0	<u>60.0</u>	52.0	52.0	57.0	56.4	57.8	55.8	52.7	42.9	54.4	56.3	<u>68.8</u>	50.0	37.0
재미있는 스토리	46.5	54.0	50.0	50.0	48.0	<u>58.2</u>	46.7	49.4	51.5	45.2	40.5	53.8	<u>71.1</u>	43.8	23.9
서양문화와 동양문화의 결합	44.5	50.0	44.0	43.0	53.0	54.5	42.2	49.8	43.8	38.1	38.0	<u>51.3</u>	<u>60.2</u>	43.4	30.4
작품의 영상미(세련됨, 화려함)	43.0	50.0	43.0	41.0	47.0	<u>60.0</u>	48.9	48.1	44.4	42.9	30.4	51.6	<u>69.5</u>	36.7	30.4
탄탄한 스토리 구조	39.0	46.0	42.0	43.0	42.0	50.9	33.3	41.1	44.4	35.7	34.2	<u>45.9</u>	<u>55.5</u>	38.9	23.9
연출가의 연출력	40.5	44.5	45.0	43.0	38.0	40.0	48.9	44.2	40.2	45.2	32.9	44.8	<u>60.9</u>	35.4	26.1
배우의 매력적인 외모	33.0	<u>46.0</u>	40.0	35.0	43.0	41.8	37.8	39.0	40.2	42.9	25.3	43.0	<u>58.6</u>	31.4	26.1
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	34.0	43.0	40.0	29.0	40.0	43.6	46.7	41.1	34.9	33.3	30.4	41.6	<u>60.9</u>	30.1	17.4
K-Pop 스타의 출연	33.0	<u>43.5</u>	<u>48.0</u>	32.0	37.0	36.4	35.6	37.2	39.6	<u>54.8</u>	32.9	37.3	<u>60.2</u>	29.2	21.7
배우의 뛰어난 연기력	32.0	39.0	38.0	39.0	29.0	36.4	35.6	34.6	36.7	40.5	25.3	37.6	<u>48.4</u>	30.1	26.1
패션, 미용 등 유행을 선도	24.5	30.5	34.0	24.0	23.0	32.7	24.4	27.3	27.8	31.0	25.3	27.6	<u>47.7</u>	17.7	19.6
문화적 친숙함	21.5	27.5	30.0	25.0	22.0	25.5	15.6	25.1	23.7	33.3	22.8	23.7	<u>31.3</u>	21.7	19.6

(2) 한국 영화

Q9-2. 한국 영화의 인기요인은 무엇이라고 생각하십니까?

- 한국 영화의 인기요인은 '문화적 특이성'이 57.5%(230명)로 가장 높았으며, 그 외 '전통과 현대의 결합', '재미있는 스토리' 순으로 높게 나타남
- 40대 여성, 기혼, 한류 호감층에서 '문화적 특이성'을 주된 한국 영화의 인기 요인으로 인식하는 경향이 두드러짐

[그림 15-19. 한국 영화 인기 요인]



[표 15-20. 한국 영화 인기 요인]

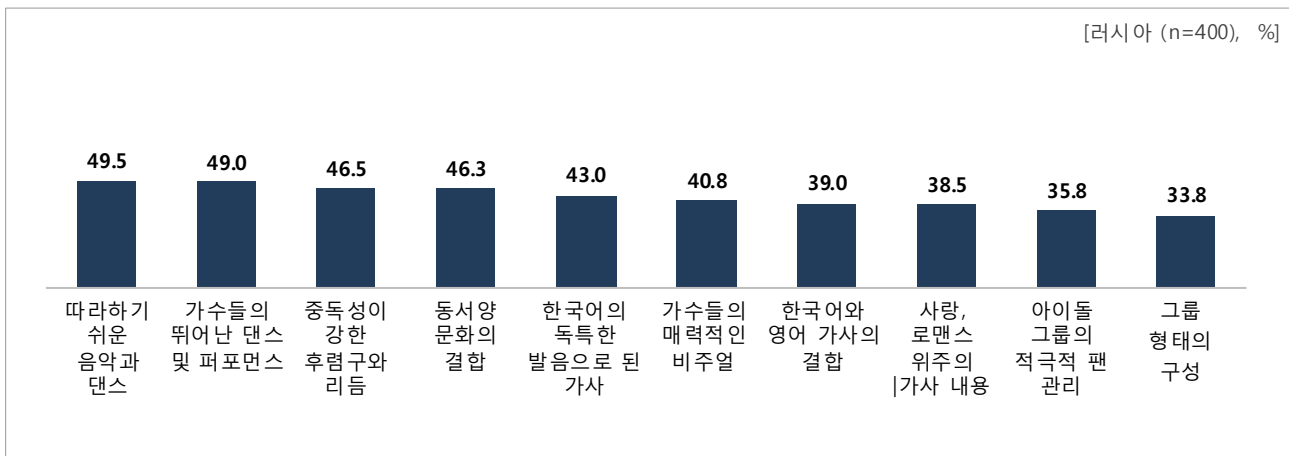
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (55)	50대 (45)	기혼 (231)	미혼 (169)	중졸 이하 (42)	고졸 (79)	대졸 이상 (279)	호감 (128)	보통 (226)	비호감 (46)
문화적 특이성	54.0	<u>61.0</u>	45.0	51.0	60.0	<u>78.2</u>	68.9	<u>62.3</u>	50.9	38.1	43.0	<u>64.5</u>	<u>71.9</u>	52.7	41.3
전통과 현대의 결합	46.0	54.0	42.0	49.0	53.0	54.5	57.8	<u>54.5</u>	43.8	28.6	36.7	<u>57.0</u>	<u>69.5</u>	41.6	37.0
재미있는 스토리	44.5	51.0	38.0	49.0	54.0	49.1	51.1	50.6	43.8	33.3	32.9	<u>54.1</u>	<u>70.3</u>	38.9	28.3
서양문화와 동양문화의 결합	41.5	<u>53.0</u>	40.0	42.0	54.0	54.5	51.1	50.2	43.2	26.2	35.4	<u>53.8</u>	<u>62.5</u>	41.2	34.8
작품의 영상미(세련됨, 화려함)	40.0	<u>49.5</u>	42.0	41.0	45.0	50.9	51.1	46.8	42.0	35.7	27.8	<u>50.9</u>	<u>71.9</u>	33.2	26.1
탄탄한 스토리 구조	42.0	46.5	38.0	43.0	45.0	54.5	46.7	46.8	40.8	28.6	34.2	<u>49.5</u>	<u>60.2</u>	38.5	28.3
배우의 매력적인 외모	36.0	<u>47.0</u>	40.0	40.0	43.0	47.3	37.8	42.4	40.2	35.7	27.8	<u>46.2</u>	<u>64.1</u>	32.3	23.9
연출가의 연출력	38.0	44.5	38.0	41.0	39.0	43.6	51.1	43.7	37.9	35.7	30.4	<u>45.2</u>	<u>57.8</u>	35.0	26.1
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	33.0	44.5	33.0	37.0	38.0	<u>49.1</u>	44.4	42.9	33.1	21.4	30.4	<u>43.7</u>	<u>57.8</u>	31.4	21.7
K-Pop 스타의 출연	33.0	41.5	43.0	33.0	34.0	38.2	40.0	39.0	34.9	35.7	34.2	38.4	<u>59.4</u>	29.6	13.0
배우의 뛰어난 연기력	32.0	40.5	35.0	40.0	31.0	40.0	37.8	35.9	36.7	26.2	24.1	<u>41.2</u>	<u>54.7</u>	28.8	21.7
패션, 미용 등 유행을 선도	28.5	36.0	35.0	33.0	29.0	34.5	28.9	32.0	32.5	31.0	25.3	34.4	<u>48.4</u>	24.8	23.9
문화적 친숙함	29.0	34.0	32.0	34.0	28.0	34.5	28.9	31.6	31.4	33.3	22.8	33.7	<u>43.0</u>	27.9	17.4

(3) 한국 음악(K-POP)

Q9_3. 한국 음악(K-pop)의 인기요인은 무엇이라고 생각하십니까?

- K-POP의 인기요인은 '따라 하기 쉬운 음악과 댄스'가 49.5%(198명)로 가장 높았으며, 그 외 '가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스', '중독성이 강한 후렴과 리듬' 순임
- '따라 하기 쉬운 음악과 댄스', '가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스'는 여성, 기혼, 한류 호감층에서 한국 음악의 인기요인으로 높게 인식함

[그림 15-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]



[표 15-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]

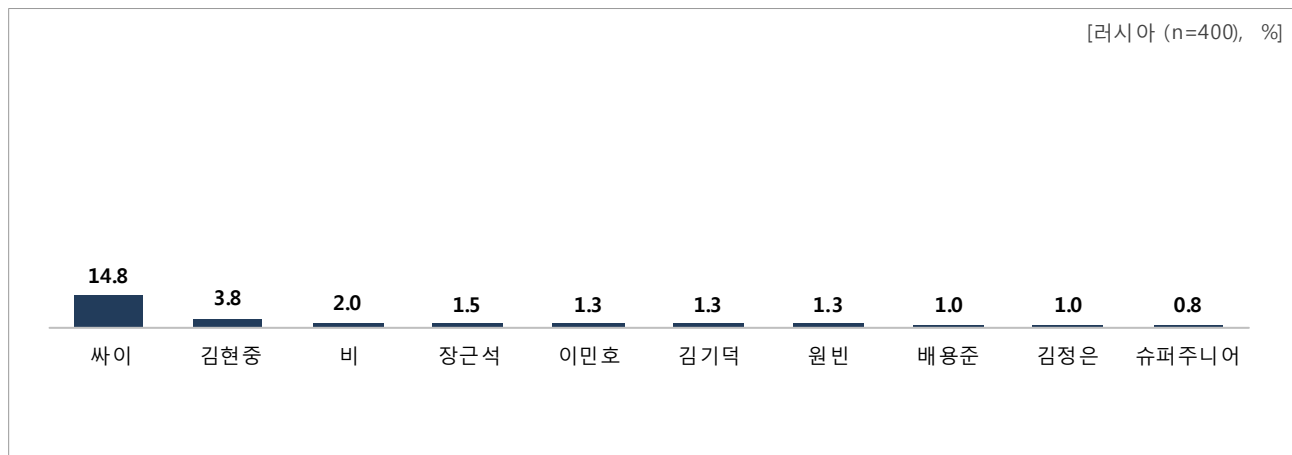
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (55)	50대 (45)	기혼 (231)	미혼 (169)	중졸이하 (42)	고졸 (79)	대졸이상 (279)	호감 (128)	보통 (226)	비호감 (46)
따라하기 쉬운 음악과 댄스	45.0	<u>54.0</u>	47.0	49.0	53.0	47.3	51.1	<u>55.0</u>	42.0	42.9	36.7	<u>54.1</u>	<u>66.4</u>	42.5	37.0
가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스	43.0	<u>55.0</u>	44.0	46.0	48.0	56.4	60.0	<u>54.1</u>	42.0	38.1	38.0	<u>53.8</u>	<u>70.3</u>	39.4	37.0
중독성이 강한 후렴구와 리듬	42.5	50.5	39.0	49.0	46.0	50.9	53.3	<u>51.1</u>	40.2	38.1	27.8	<u>53.0</u>	<u>63.3</u>	40.3	30.4
서양문화와 동양문화의 결합	43.0	49.5	44.0	40.0	45.0	<u>60.0</u>	51.1	<u>51.5</u>	39.1	31.0	30.4	<u>53.0</u>	<u>63.3</u>	39.4	32.6
한국어의 독특한 발음으로 된 가사	40.5	45.5	46.0	43.0	43.0	36.4	44.4	45.5	39.6	45.2	32.9	45.5	<u>62.5</u>	34.1	32.6
가수들의 매력적인 비주얼(외모, 스타일)	35.5	<u>46.0</u>	39.0	37.0	46.0	41.8	40.0	42.9	37.9	40.5	29.1	44.1	<u>68.0</u>	29.6	19.6
한국어와 영어 가사의 결합	36.0	42.0	41.0	38.0	37.0	41.8	37.8	42.4	34.3	35.7	27.8	<u>42.7</u>	<u>60.9</u>	31.0	17.4
사랑, 로맨스 위주의 가사 내용	36.0	41.0	43.0	33.0	41.0	34.5	40.0	40.3	36.1	<u>47.6</u>	29.1	39.8	<u>57.8</u>	31.4	19.6
아이돌 그룹의 적극적 팬 관리	33.0	38.5	44.0	30.0	37.0	23.6	42.2	38.5	32.0	40.5	26.6	37.6	<u>59.4</u>	25.2	21.7
그룹 형태의 구성(다국적 멤버 참여 등)	34.5	33.0	39.0	30.0	35.0	29.1	33.3	37.7	28.4	42.9	20.3	36.2	<u>54.7</u>	25.2	17.4

6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타

Q10. 꼭 만나고 싶은 한류 스타는 누구입니까?

- 꼭 만나고 싶은 한류 스타의 경우, '싸이'가 14.8%(59명)로 가장 높게 나타났으며, 그 외 '김현중', '비' 순임

[그림 15-21. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]



[표 15-22 꼭 만나고 싶은 한류 스타]

꼭 만나고 싶은 한류 스타 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (55)	50대 (45)	기혼 (231)	기혼 (169)	중졸이하 (42)	고졸 (79)	대졸이상 (279)	호감 (128)	보통 (226)	비호감 (46)
싸이	18.0	11.5	16.0	21.0	11.0	14.5	6.7	16.5	12.4	11.9	10.1	16.5	14.1	16.8	6.5
김현중	2.0	5.5	7.0	4.0	2.0	3.6	-	2.6	9.5	5.1	6.3	2.2	4.3	2.2	4.3
비	1.5	2.5	-	2.0	4.0	3.6	-	5.3	-	2.5	3.1	1.3	2.2	1.3	2.2
장근석	2.0	1.0	1.0	3.0	1.0	1.8	-	3.0	-	1.3	3.9	0.4	-	0.4	-
이민호	1.0	1.5	2.0	1.0	1.0	1.8	-	0.6	4.8	2.5	2.3	0.9	-	0.9	-
김기덕	1.5	1.0	-	-	2.0	3.6	2.2	1.7	-	2.5	0.8	1.8	-	1.8	-
원빈	1.5	1.0	1.0	2.0	2.0	-	-	1.2	2.4	1.4	2.3	0.9	-	0.9	-
배용준	-	2.0	-	1.0	2.0	1.8	-	1.3	-	-	-	1.3	2.2	1.3	2.2
김정은	1.0	1.0	-	1.0	2.0	-	2.2	1.2	-	1.1	0.8	0.9	2.2	0.9	2.2
슈퍼주니어	0.5	1.0	-	-	1.0	1.8	2.2	1.3	-	1.3	0.8	0.9	-	0.9	-

제15장 국가별 결과 분석 : 러시아

Ⅲ. 한류의 효과

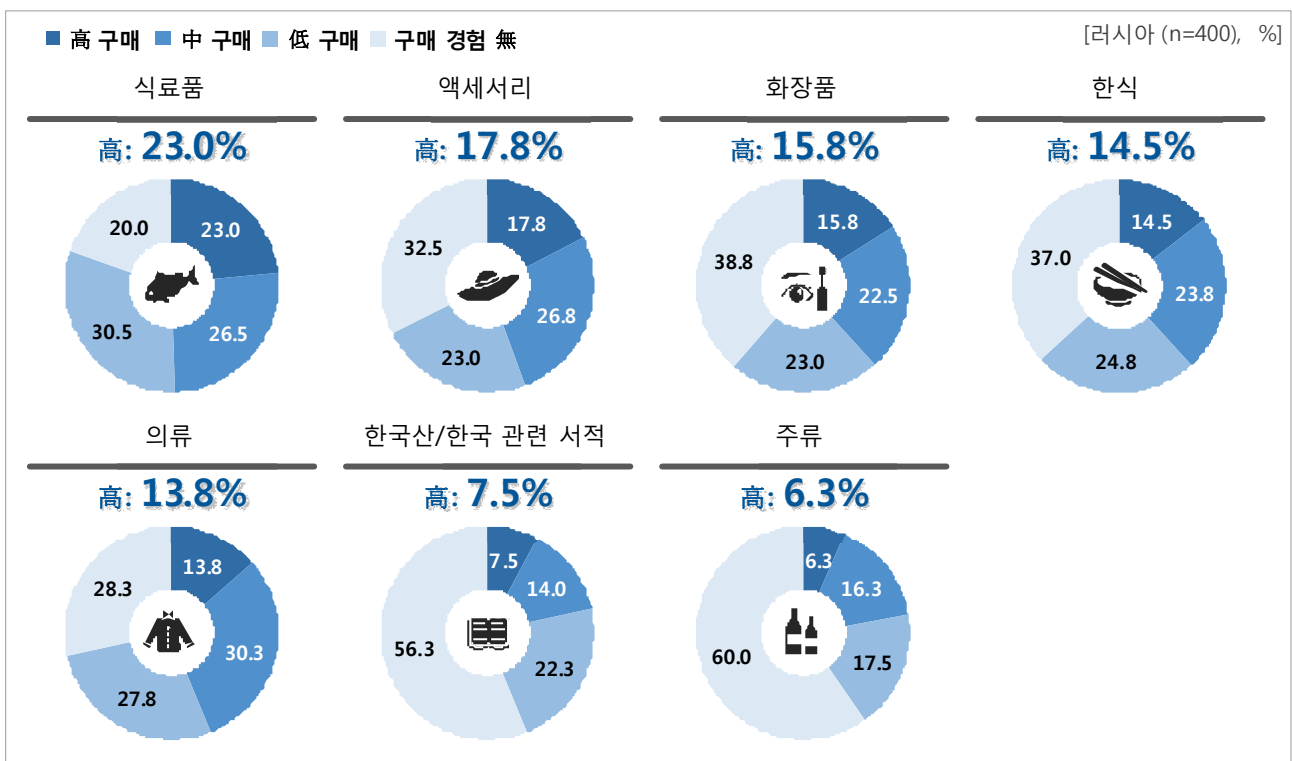
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도

(1) 생활용품 및 서비스

Q11. 귀하는 최근 4년간 한국산 제품을 얼마나 구매하였는지 다음 항목별로 응답해 주십시오.

- 러시아의 경우, 한국 '식료품'의 고구매율이 23.0%(92명)로 가장 높으며,
그 외 '액세서리', '화장품' 순임
- 50대, 기혼, 한류 호감층에서 식료품 고구매율이 상대적으로 높게 나타남

[그림 15-22. 생활용품 및 서비스 경험]



[표 15-23. 생활용품 및 서비스 경험]

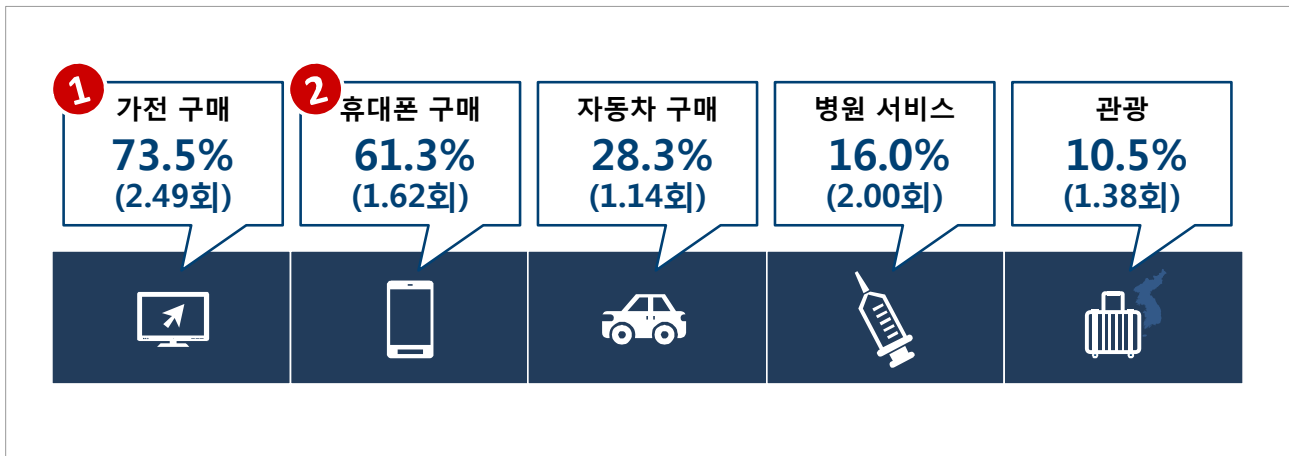
高 구매 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸이하	고졸	대졸이상	호감	보통	비호감
	(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(55)	(45)	(231)	(169)	(42)	(79)	(279)	(128)	(226)	(46)
한국 식료품을 구매	21.0	25.0	13.0	21.0	31.0	20.0	35.6	26.8	17.8	11.9	10.1	28.3	36.7	17.3	13.0
한국산 액세서리 구매	18.0	17.5	18.0	15.0	21.0	18.2	15.6	21.6	12.4	19.0	13.9	18.6	27.3	13.7	10.9
한국 화장품 구매	10.5	21.0	11.0	18.0	20.0	10.9	17.8	20.3	9.5	9.5	7.6	19.0	28.1	10.6	6.5
한국 음식점에서 식사함	14.5	14.5	19.0	10.0	18.0	10.9	11.1	15.6	13.0	16.7	10.1	15.4	24.2	10.2	8.7
한국 의류 구매	12.5	15.0	14.0	14.0	13.0	12.7	15.6	17.7	8.3	11.9	8.9	15.4	28.1	8.0	2.2
한국산 또는 한국 관련 서적 구매	9.5	5.5	13.0	10.0	7.0	-	-	6.5	8.9	14.3	6.3	6.8	14.8	4.0	4.3
한국 주류(술) 구매	7.0	5.5	12.0	4.0	7.0	1.8	2.2	6.5	5.9	7.1	8.9	5.4	11.7	3.5	4.3

(2) 고가용품 및 서비스

Q12. 귀하는 과거 아래와 같은 한국산 제품을 구매 또는 한국을 방문한 경험이 있으십니까?

- 고가 제품의 경우, '가전'의 구매율이 73.5%(294명)로 가장 높았으며, '휴대폰'의 구매율도 61.3%(245명)로 높은 수준임
- 가전의 경우, 20~50대 남성, 기혼 집단에서 구매 경험률이 상대적으로 높게 나타남
- 휴대폰은 40~50대 남성, 기혼, 한류 호감층을 중심으로 구매 경험률이 타 집단 대비 높음

[그림 15-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]



[표 15-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]

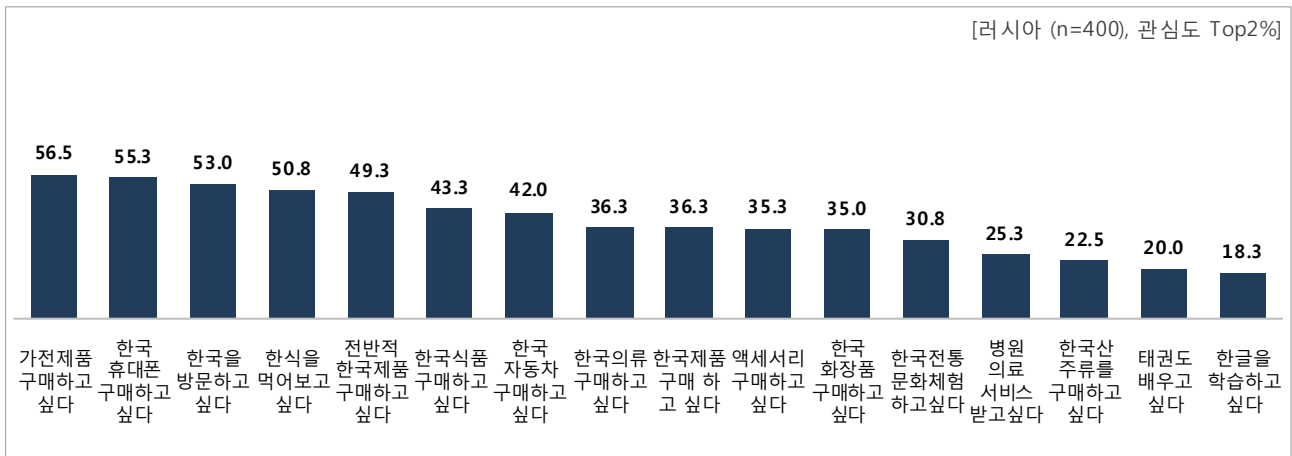
구매 및 경험정도 %	전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류 태도		
		남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (55)	50대 (45)	기혼 (231)	미혼 (169)	중졸 이하 (42)	고졸 (79)	대졸 이상 (279)	호감 (128)	보통 (226)	비호감 (46)
가전 제품 <평균 - 회>	73.5 2.49	<u>76.5</u> 2.65	70.5 2.32	55.0 2.60	72.0 2.58	81.0 2.46	89.1 2.65	82.2 2.03	<u>82.7</u> 2.55	60.9 2.38	52.4 2.55	59.5 2.17	<u>80.6</u> 2.56	73.4 2.91	77.4 2.37	54.3 1.80
휴대폰 <평균 - 회>	61.3 1.62	<u>74.0</u> 1.76	48.5 1.41	53.0 1.68	61.0 1.52	61.0 1.69	<u>70.9</u> 1.67	<u>68.9</u> 1.55	<u>69.7</u> 1.66	49.7 1.56	54.8 1.61	53.2 1.52	<u>64.5</u> 1.65	68.0 1.71	58.8 1.59	54.3 1.48
자동차 <평균 - 회>	28.3 1.14	31.5 1.14	25.0 1.14	25.0 1.40	30.0 1.17	29.0 1.00	27.3 1.00	31.1 1.07	<u>35.1</u> 1.16	18.9 1.09	14.3 1.00	16.5 1.08	<u>33.7</u> 1.16	<u>39.8</u> 1.20	24.3 1.07	15.2 1.29
병원 서비스 <평균 - 회>	16.0 2.00	16.0 1.88	16.0 2.13	20.0 2.60	16.0 1.94	17.0 1.71	10.9 1.67	11.1 1.20	17.7 1.83	13.6 2.30	16.7 1.86	10.1 2.88	17.6 1.88	<u>29.7</u> 1.87	10.2 2.13	6.5 2.67
한국 관광 <평균 - 회>	10.5 1.38	9.5 1.37	11.5 1.39	16.0 1.81	9.0 1.11	7.0 1.14	10.9 1.00	8.9 1.25	10.4 1.33	10.7 1.44	7.1 1.67	10.1 2.00	11.1 1.19	<u>17.2</u> 1.47	7.5 1.33	6.5 2.00

2. 향후 한국 제품 및 서비스에 대한 이용

Q13. 귀하가 한국 대중문화(TV드라마, 영화, 음악(K-Pop) 등)를 접한 후, 한국 상품, 서비스에 대한 관심이 얼마나 증가하였는지 다음 각 항목별로 응답해 주십시오.

- 향후 한국 제품/서비스에 대해 '가전제품 구매의도'가 56.5%(226명)로 가장 높게 나타난 가운데, 그 외 '한국 휴대폰 구매 의도', '한국 방문 의도' 순으로 높게 나타남
- 가전제품과 휴대폰 구매의도는 남성, 40대, 기혼, 한류 호감층을 중심으로 타 집단대비 상대적으로 높은 것으로 조사됨

[그림 15-24. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]



[표 15-25. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]

관심도 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (55)	50대 (45)	기혼 (231)	미혼 (169)	중졸이하 (42)	고졸 (79)	대졸이상 (279)	호감 (128)	보통 (226)	비호감 (46)
가전제품 구매하고 싶다	<u>59.0</u>	54.0	50.0	44.0	58.0	<u>76.4</u>	71.1	<u>66.7</u>	42.6	45.2	43.0	<u>62.0</u>	62.5	53.5	54.3
한국 휴대폰 구매하고 싶다	<u>58.0</u>	52.5	44.0	45.0	59.0	<u>74.5</u>	71.1	<u>65.4</u>	41.4	35.7	44.3	<u>61.3</u>	<u>62.5</u>	53.1	45.7
한국을 방문하고 싶다	50.5	55.5	51.0	44.0	53.0	60.0	68.9	<u>58.9</u>	45.0	40.5	48.1	<u>56.3</u>	<u>67.2</u>	48.7	34.8
한식을 먹어보고 싶다	47.0	54.5	50.0	43.0	52.0	58.2	57.8	<u>56.3</u>	43.2	38.1	43.0	<u>54.8</u>	<u>64.8</u>	43.8	45.7
전반적 한국 제품 구매하고 싶다	50.5	48.0	47.0	37.0	52.0	60.0	62.2	<u>55.0</u>	41.4	35.7	39.2	<u>54.1</u>	<u>64.8</u>	43.4	34.8
한국식품 구매하고 싶다	39.5	47.0	32.0	39.0	45.0	<u>52.7</u>	62.2	<u>50.2</u>	33.7	23.8	30.4	<u>49.8</u>	<u>62.5</u>	34.5	32.6
한국자동차 구매하고 싶다	<u>48.5</u>	35.5	40.0	46.0	38.0	41.8	46.7	<u>48.5</u>	33.1	38.1	36.7	<u>44.1</u>	46.9	41.6	30.4
한국의류 구매하고 싶다	32.5	40.0	37.0	28.0	30.0	47.3	53.3	<u>41.6</u>	29.0	33.3	24.1	<u>40.1</u>	<u>53.1</u>	29.6	21.7
한국제품 구매 하고 싶다	35.5	37.0	31.0	29.0	37.0	41.8	55.6	<u>43.3</u>	26.6	26.2	27.8	<u>40.1</u>	<u>51.6</u>	30.5	21.7
액세서리 구매하고 싶다	34.0	36.5	37.0	33.0	30.0	41.8	40.0	<u>39.4</u>	29.6	38.1	29.1	36.6	<u>49.2</u>	30.1	21.7
한국 화장품 구매하고 싶다	24.5	<u>45.5</u>	36.0	32.0	32.0	40.0	40.0	38.1	30.8	33.3	22.8	38.7	<u>53.9</u>	27.9	17.4
한국전통문화체험 하고 싶다	26.0	35.5	34.0	21.0	33.0	32.7	37.8	32.0	29.0	28.6	25.3	32.6	<u>46.9</u>	24.3	17.4
병원 의료서비스 받고 싶다	24.0	26.5	29.0	17.0	25.0	25.5	35.6	28.6	20.7	23.8	19.0	27.2	<u>37.5</u>	19.5	19.6
한국산 주류를 구매하고 싶다	<u>28.0</u>	17.0	22.0	22.0	26.0	21.8	17.8	25.5	18.3	16.7	12.7	<u>26.2</u>	<u>34.4</u>	16.8	17.4
태권도 배우고 싶다	22.0	18.0	30.0	15.0	18.0	18.2	15.6	20.8	18.9	23.8	16.5	20.4	<u>32.8</u>	14.6	10.9
한글을 학습하고 싶다	17.5	19.0	31.0	17.0	12.0	12.7	13.3	18.6	17.8	21.4	22.8	16.5	<u>30.5</u>	11.5	17.4

제15장 국가별 결과 분석 : 러시아

IV. 한류의 지속성 및 개선점

1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항

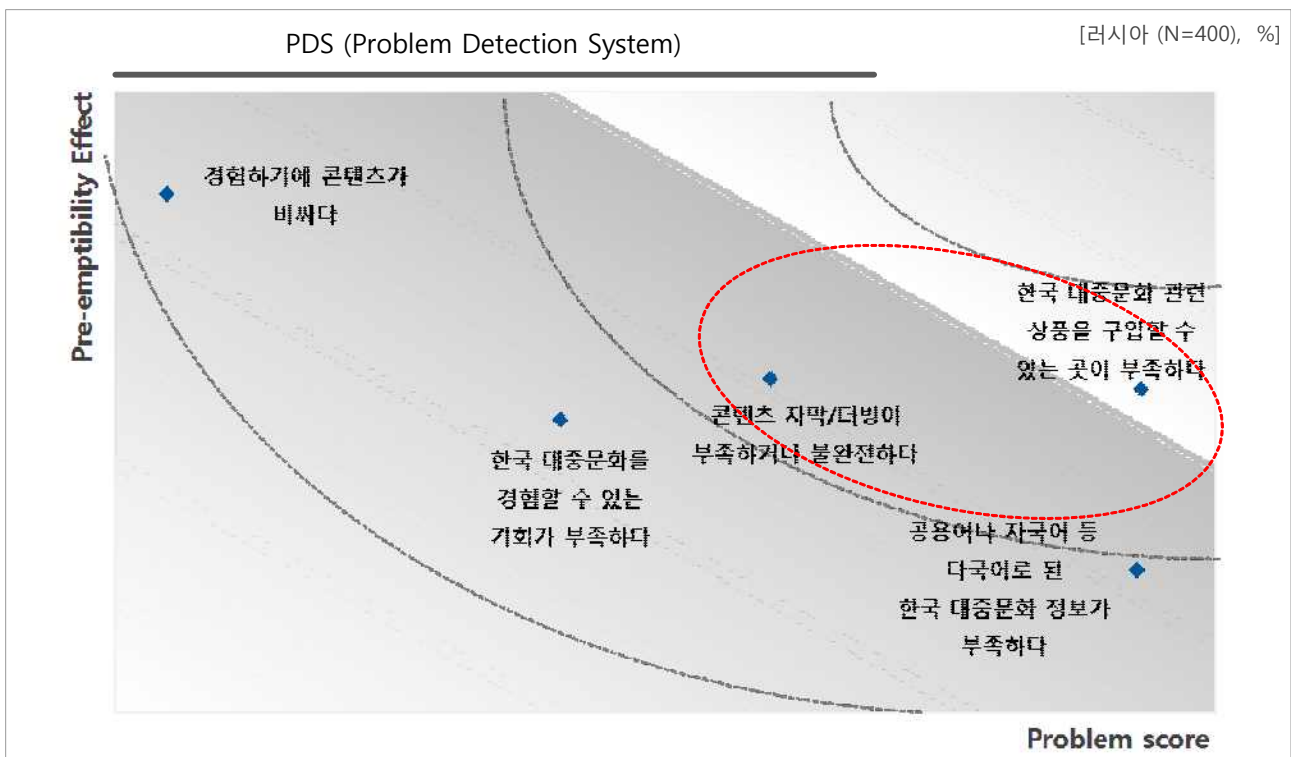
Q7_4. 한국 대중문화를 이용하는 데 다음 항목들이 얼마나 불편 하십니까?

Q7_5. 한국 대중문화를 이용하는 데 다음 항목들의 불편함을 얼마나 자주 경험 하셨습니까?

Q7_6. 한국 대중문화를 이용하는 데 이러한 문제점을 해결할 수 있다고 생각 하십니까?

- 러시아에서는 '한류 체험기회 부족'과 '콘텐츠 자막/더빙이 불완전함'이 불편사항으로 가장 많이 언급되고 있으나, 문제 발생빈도 및 개선 가능성을 고려한 분석 결과 러시아에서는 '한국 대중문화 관련 상품 구입처가 부족'하다는 점과 '콘텐츠 자막/더빙이 불완전하다'는 점이 주 개선사항으로 파악됨
- 한류 지속을 위해서는 향후 현지 전문 인력 연계를 통한 양질의 콘텐츠 보급이 필요할 것으로 보이며, 한류 관련 상품 판매 Store를 점차적으로 확대해야 할 것으로 보임

[그림 15-25. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항]



☞ Problem score = SQRT (문제심각성 * 문제발생빈도)

Pre-emptibility Effect = 시중에 해결제품이 없다는 응답비율

[표 15-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]

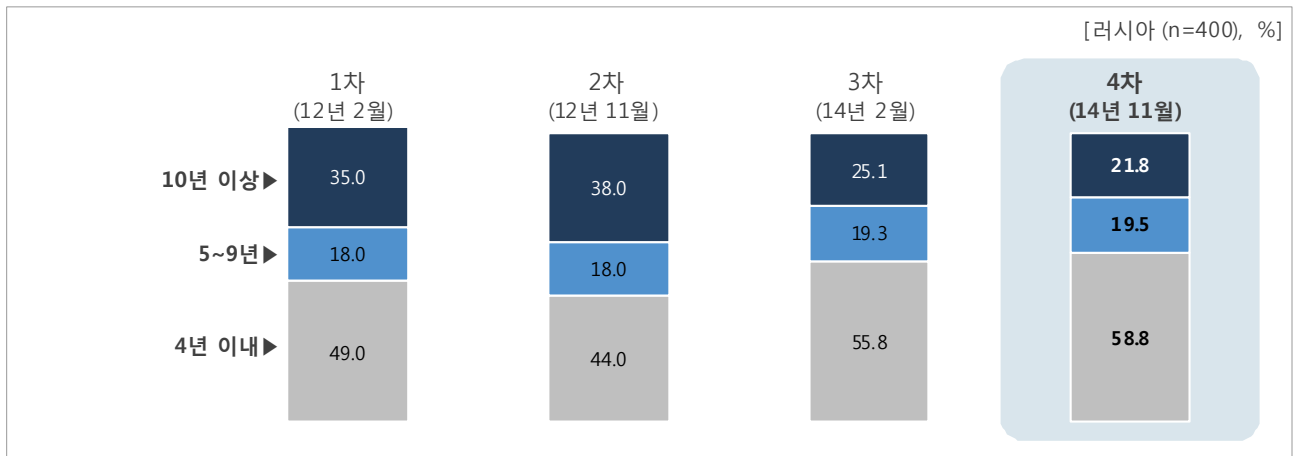
불편사항 Top2%		전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
			남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감
			(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(55)	(45)	(231)	(169)	(42)	(79)	(279)	(128)	(226)	(46)
한류 체험 기회 부족	3차	45.8	47.0	44.5	42.0	49.0	42.0	53.9	37.5	48.7	41.9	40.0	47.1	46.3	42.1	49.7	42.3
	4차	39.3	<u>43.5</u>	35.0	<u>47.0</u>	36.0	40.0	38.2	28.9	<u>41.1</u>	36.7	47.6	34.2	39.4	<u>46.9</u>	37.2	28.3
콘텐츠자막/더빙이 불완전함	3차	53.8	51.0	56.5	50.0	60.0	56.0	50.0	45.8	52.6	55.2	58.0	48.7	55.4	42.8	58.7	69.2
	4차	34.8	<u>39.5</u>	30.0	<u>40.0</u>	32.0	<u>41.0</u>	30.9	20.0	36.8	32.0	40.5	26.6	36.2	<u>41.4</u>	33.6	21.7
비싼 콘텐츠 가격	3차	23.0	19.0	27.0	21.0	29.0	19.0	25.0	16.7	21.9	24.4	22.0	21.0	24.2	23.3	22.8	23.1
	4차	31.0	33.0	29.0	<u>40.0</u>	30.0	32.0	29.1	13.3	29.0	33.7	38.1	30.4	30.1	36.7	30.1	19.6
공용어나 자국어로 된 한국 대중문화 정보 부족	3차	56.5	58.0	55.0	56.0	52.0	63.0	60.5	37.5	55.7	57.6	56.0	53.8	58.0	59.1	58.7	40.4
	4차	30.3	<u>33.0</u>	27.5	<u>38.0</u>	26.0	30.0	34.5	17.8	27.7	<u>33.7</u>	40.5	22.8	30.8	<u>35.9</u>	27.4	28.3
한국대중문화 상품 구입처부족	3차	63.3	57.0	69.5	68.0	64.0	57.0	67.1	54.2	62.3	64.5	60.0	62.2	64.5	69.2	61.9	50.0
	4차	30.0	<u>33.5</u>	26.5	36.0	23.0	32.0	34.5	22.2	31.6	27.8	35.7	25.3	30.5	<u>35.2</u>	29.6	17.4

2. 한류 지속 여부

Q15_1. 귀하께서는 한류의 인기가 얼마나 오랫동안 지속될 것이라고 보십니까?

- 4년 이내에 한류의 인기가 끝날 것이라는 의견은 58.8%(235명)로 3차 조사 이후 소폭 상승하였음
- 반면, 한류가 10년 이상 지속될 것이라는 의견은 21.8%(87명)로 3차 조사 대비 소폭 하락한 것으로 보임

[그림 15-26. 한류 지속 여부]



[표 15-27. 한류 지속 여부]

한류 지속 여부 %			4년 이내		5~9년		10년 이상	
			3차	4차	3차	4차	3차	4차
성별	남성	(200)	53.5	60.5	23.0	19.5	23.5	20.0
	여성	(200)	58.0	57.0	15.5	19.5	26.5	23.5
연령	15~19세	(100)	60.0	56.0	18.0	22.0	22.0	22.0
	20대	(100)	62.0	57.0	18.0	19.0	20.0	24.0
	30대	(100)	47.0	68.0	24.0	16.0	29.0	16.0
	40대	(55)	51.3	50.9	17.1	25.5	31.6	23.6
	50대	(45)	62.5	57.8	16.7	15.6	20.9	26.7
결혼 여부	기혼	(231)	53.5	58.4	20.2	18.2	26.3	23.4
	미혼	(169)	58.8	59.2	18.0	21.3	23.3	19.5
학력	중졸이하	(42)	52.0	54.8	26.0	16.7	22.0	28.6
	고졸	(79)	61.3	58.2	13.4	25.3	25.2	16.5
	대졸이상	(279)	53.7	59.5	20.8	18.3	25.5	22.2
한류 태도	호감	(128)	46.6	43.8	23.3	25.0	30.2	31.3
	보통	(226)	63.6	64.6	16.9	16.8	19.5	18.6
	비호감	(46)	55.8	71.7	15.4	17.4	28.9	10.9

주) 1차, 2차의 경우 배너의 구성이 맞지 않아 배제함

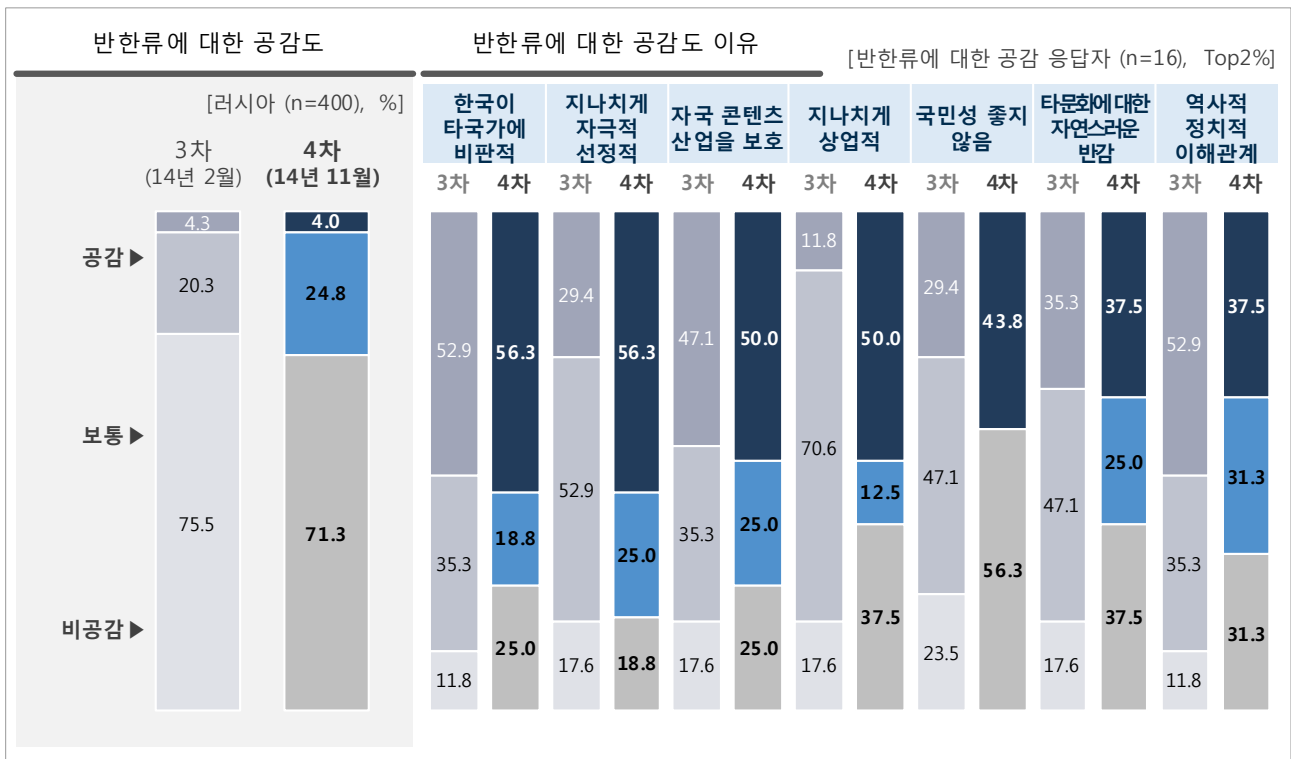
3. 반한류 공감도

Q16. 최근 일부 지역에서 반한류 시위도 나타나고 있습니다 이에 대해 어떻게 생각하십니까?

Q17_1. (Q16=4, 5 응답자만) 반한류 시위에 대해서 공감한다라고 하셨는데 왜 그렇게 생각하십니까?

- 러시아의 반한류 공감율은 4.0%(16명)로 3차 조사 결과와 비슷한 수준임
- 반한류에 대한 공감 이유는 '한국이 타국가에 비판적'이라는 점과, '지나치게 자국/선정적'인 점이 주로 언급됨

[그림 15-27. 반 한류 공감도와 이유]



[표 15-28. 반 한류 공감도와 이유]

반한 시위 공감율(Top2%)					한국이 타국가에 비판적	지나치게 자국적 선정적	자국 콘텐츠를 보호	지나치게 상업적	국민성 총지 않음	타문화에대한 자연스러운 반감	역사적 정치적 이해관계					
					3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차
	전체	(400)	4.0	(16)	52.9	56.3	29.4	56.3	47.1	50.0	11.8	50.0	29.4	43.8	35.3	37.5
성별	남성	(200)	5.0	(10)	58.3	50.0	25.0	60.0	50.0	50.0	8.3	60.0	25.0	60.0	41.7	40.0
	여성	(200)	3.0	(6)	40.0	66.7	40.0	50.0	40.0	50.0	20.0	33.3	40.0	16.7	20.0	33.3
연령	15~19세	(100)	5.0	(5)	55.6	80.0	22.2	80.0	44.4	80.0	22.2	40.0	33.3	20.0	44.4	40.0
	20대	(100)	5.0	(5)	25.0	60.0	50.0	60.0	50.0	60.0	-	80.0	25.0	80.0	25.0	60.0
	30대	(100)	1.0	(1)	75.0	-	25.0	100.0	50.0	-	-	100.0	25.0	100.0	25.0	-
	40대	(55)	7.3	(4)	-	50.0	-	25.0	-	25.0	-	25.0	-	25.0	-	25.0
	50대	(45)	2.2	(1)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
결혼여부	기혼	(231)	3.5	(8)	40.0	50.0	20.0	50.0	20.0	37.5	20.0	50.0	40.0	25.0	20.0	37.5
	미혼	(169)	4.7	(8)	58.3	62.5	33.3	62.5	58.3	62.5	8.3	50.0	25.0	62.5	41.7	37.5
학력	중졸이하	(42)	-	-	75.0	-	50.0	-	100.0	-	25.0	-	25.0	-	75.0	-
	고졸	(79)	2.5	(2)	55.6	50.0	11.1	100.0	22.2	100.0	11.1	50.0	33.3	100.0	33.3	50.0
	대졸이상	(279)	5.0	(14)	25.0	57.1	50.0	50.0	50.0	42.9	-	50.0	25.0	35.7	-	35.7
한류태도	호감	(128)	5.5	(7)	44.4	71.4	11.1	85.7	11.1	71.4	33.3	71.4	33.3	42.9	33.3	57.1
	보통	(226)	2.2	(5)	66.7	40.0	33.3	20.0	16.7	20.0	50.0	20.0	33.3	20.0	50.0	20.0
	비호감	(46)	8.7	(4)	50.0	50.0	100.0	50.0	-	50.0	100.0	50.0	-	75.0	-	25.0

4. 요약 및 결론

- 러시아내 한국 대표이미지는 IT 첨단산업이 21.0%(84명)로 1위, 그 외 자동차, 한식 순임
- 한국에 대해 문화 강국, 호감이 가는 국가, 우호국이라는 인식이 강함
- 게임의 소비량이 22.5%(90명)로 1위, 그 외 애니/만화와 영화의 소비량이 약 20%대 정도임
- 한국 콘텐츠의 대중적 인기도는 한식이 39.3%(157명)로 1위이며, 그 외 패션/뷰티, 게임, 애니메이션의 대중적 인기도도 20%대 이상으로 조사됨
- 한국 문화 관심도 및 소비지출의향은 현재와 유사하거나 증가했다는 의견이 90%대 수준이며, 1년 후 관심/소비지출의향 역시 유사 혹은 증가할 것이라는 예상이 90%대 이상으로 높게 나타나 긍정적임
- 한류 인지도는 38.8%(155명), 용어 호감도는 32.0%(128명)로 한류 인지도와 호감도 모두 3차 조사 대비 소폭 하락함
- 한류 대표 콘텐츠로는 영화, 한국제품, K-POP, 한식 등이 언급 됨
- 러시아에서 한류는 전반적으로 높은 인지도 및 경험률을 보이고 있으며, 한식, 드라마, 영화는 10년 전부터 서서히 러시아 내에서 알려지기 시작한 것으로 나타남
- 한류 콘텐츠의 주 소비 채널은 YouTube와 인터넷 카페, 블로그와 같은 인터넷 무료 채널임
- 드라마와 영화는 문화적 특이성, 전통과 현대의 결합이 주 인기요인이며, K-POP은 따라하기 쉬운 음악과 댄스, 가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스가 주된 인기 요인으로 언급 됨
- 한국 제품은 주로 식료품, 액세서리, 화장품, 한식, 가전, 휴대폰 등을 구매/경험하였고, 향후 한국 가전제품 및 휴대폰 구매의도, 한국 방문 및 한식체험 의도가 약 50%대 이상으로 높게 나타남
- 한류 이용 시 한국 문화 관련 상품을 구입할 수 있는 곳이 부족하다는 점과 콘텐츠 자막/더빙이 부족하거나 불완전하다는 점이 불편사항으로 인식되므로 러시아 내 한류 발전을 위해서는 양질의 노어 자막/더빙 제공을 위한 전문 인력 양성과 한국 문화 상품을 구입할 수 있는 Store를 점차 증가시켜나가야 할 것으로 보임
- 한류의 인지도는 4년 이내에 끝날 것이라는 의견이 58.8%(235명)로 지난 3차 조사 이후 소폭 상승한 반면, 10년 이상 지속될 것이라는 의견은 21.8%(87명)로 하락해 한류의 지속성에 대해 다소 부정적임
- 반 한류 공감도는 지난 조사와 유사한 4.0%(16명)로 한국이 타 국가에 비판적, 한류 콘텐츠가 지나치게 자극적, 선정적이라는 점이 주된 반 한류 공감 이유임