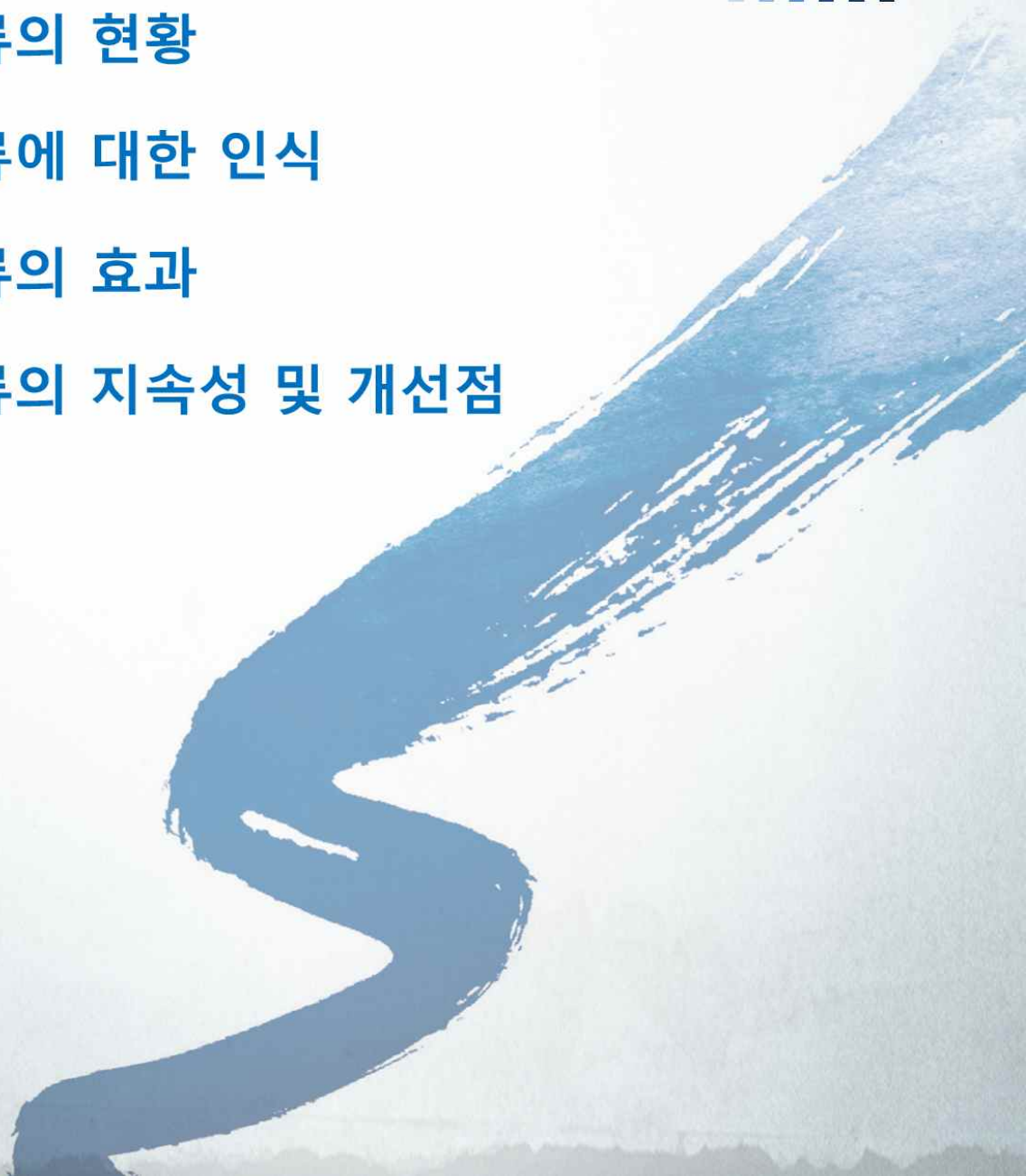


제16장 국가별 결과 분석 : UAE



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



목 차

제16장 국가별 결과 분석 : UAE	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 16-1. 한국 연상 이미지]	1
[표 16-2. 한국에 대한 인식]	2
[표 16-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]	3
[표 16-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]	4
[표 16-5. 한국문화상품 관심도]	5
[표 16-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]	6
[표 16-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]	7
[표 16-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]	8
[표 16-9. 한류 대표 콘텐츠]	9
[표 16-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]	10
[표 16-11. 한국 영화]	11
[표 16-12. 한국 음악(K-POP)]	12
[표 16-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]	13
[표 16-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]	14
[표 16-15. 한국 패션, 뷰티]	15
[표 16-16. 한국 음식]	16
[표 16-17. 한국 도서(출판물)]	17
[표 16-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]	18
[표 16-19. 한국 드라마 인기 요인]	19
[표 16-20. 한국 영화 인기 요인]	20
[표 16-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]	21
[표 16-22. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]	22
[표 16-23. 생활용품 및 서비스 경험]	23
[표 16-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]	24
[표 16-25. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]	25
[표 16-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]	27
[표 16-27. 한류 지속 여부]	28
[표 16-28. 반 한류 공감도와 이유]	29

<그림 차례>

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

제16장 국가별 결과 분석 : UAE

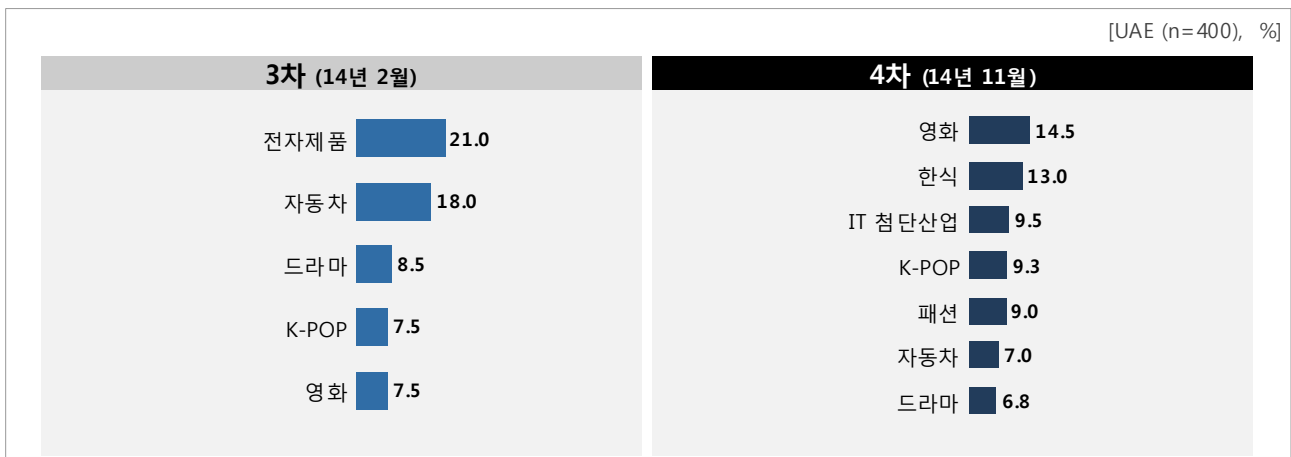
I. 한류의 현황

1. 한국 연상 이미지

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

- 한국의 연상이미지는 '영화'가 14.5%(58명)로 가장 높았으며, 그 외 '한식', 'IT 첨단산업' 순으로 높게 나타남
특히, 영화와 K-POP은 3차 조사 대비 연상률이 상승하였음
- 영화는 10~20대, 미혼, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 연상되며,
한식은 여성, 한류에 대한 호감이 상대적으로 낮은 층에서 이를 연상하는 비율이 높게 나타남

[그림 16-1. 한국 연상 이미지]



[표 16-1. 한국 연상 이미지]

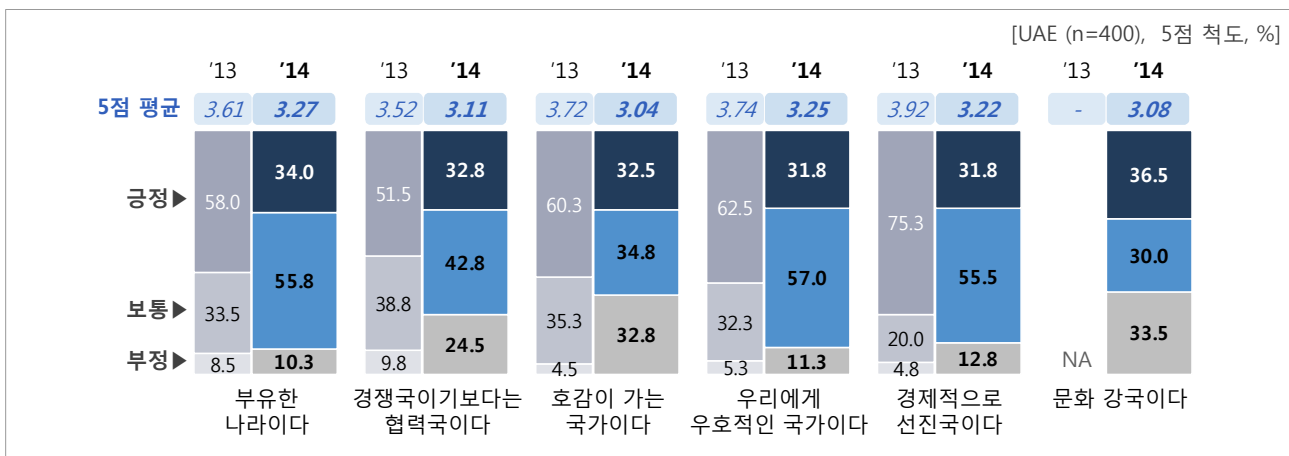
연상 이미지 %	전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
		남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (234)	미혼 (166)	중졸 이하 (75)	고졸 (158)	대졸 이상 (167)	호감 (99)	보통 (224)	비호감 (77)
영화	14.5	14.0	15.0	<u>18.0</u>	<u>19.0</u>	13.0	7.3	11.1	12.4	17.5	5.3	15.8	17.4	<u>21.2</u>	14.3	6.5
한식	13.0	7.5	<u>18.5</u>	6.0	14.0	13.0	15.9	<u>33.3</u>	13.2	12.7	12.0	8.9	17.4	10.1	11.6	<u>20.8</u>
IT 첨단산업	9.5	<u>15.5</u>	3.5	2.0	10.0	14.0	13.4	5.6	11.5	6.6	8.0	7.0	12.6	4.0	12.9	6.5
K-POP	9.3	10.5	8.0	10.0	8.0	9.0	11.0	5.6	9.4	9.0	8.0	10.1	9.0	13.1	8.5	6.5
패션	9.0	6.0	12.0	10.0	9.0	7.0	9.8	11.1	8.1	10.2	14.7	9.5	6.0	4.0	5.8	<u>24.7</u>
자동차	7.0	10.5	3.5	5.0	5.0	12.0	6.1	5.6	9.0	4.2	1.3	8.9	7.8	14.1	5.8	1.3
드라마	6.8	3.5	10.0	8.0	4.0	13.0	2.4	-	6.4	7.2	10.7	8.2	3.6	1.0	11.6	-

2. 한국에 대한 인식

Q1. 귀하는 한국에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 한국에 대한 인식으로는 '문화 강국이다'가 36.5%(146명)로 가장 높고, 그 외 '부유한 나라이다', '경쟁국이기보다는 협력국이다'순으로 높게 나타남
- 한국이 문화강국이고 부유한 나라라는 인식은 30~40대 남성, 기혼, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 나타남

[그림 16-2. 한국에 대한 인식]



[표 16-2. 한국에 대한 인식]

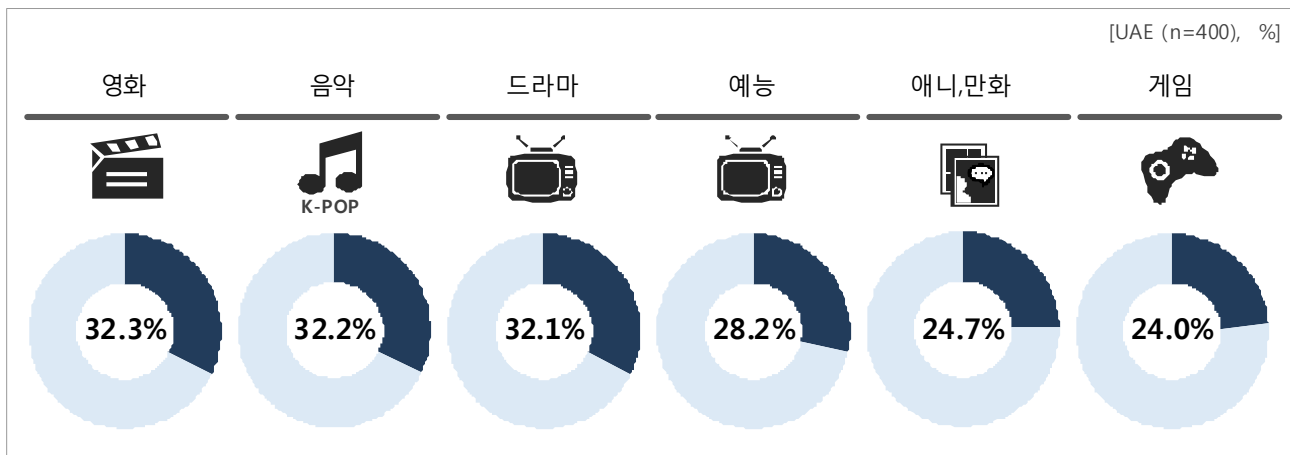
Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (234)	미혼 (166)	중졸이하 (75)	고졸 (158)	대졸이상 (167)	호감 (99)	보통 (224)	비호감 (77)
부유한 나라이다	<u>42.5</u>	25.5	21.0	34.0	<u>46.0</u>	<u>40.2</u>	11.1	37.6	28.9	18.7	<u>32.3</u>	<u>42.5</u>	<u>51.5</u>	36.2	5.2
경쟁국이기보다는 협력국이다	<u>41.0</u>	24.5	19.0	33.0	<u>45.0</u>	39.0	11.1	<u>36.8</u>	27.1	21.3	27.8	<u>42.5</u>	<u>54.5</u>	32.6	5.2
호감이 가는 국가이다	<u>41.5</u>	23.5	22.0	26.0	<u>47.0</u>	<u>41.5</u>	5.6	<u>38.9</u>	23.5	26.7	27.8	<u>39.5</u>	<u>45.5</u>	33.9	11.7
우리에게 우호적인 국가이다	<u>38.0</u>	25.5	22.0	30.0	<u>43.0</u>	37.8	5.6	34.6	27.7	22.7	25.9	<u>41.3</u>	<u>51.5</u>	31.7	6.5
경제적으로 선진국이다	<u>37.5</u>	26.0	23.0	31.0	<u>45.0</u>	31.7	11.1	35.0	27.1	22.7	27.8	<u>39.5</u>	<u>46.5</u>	32.6	10.4
문화 강국이다	<u>44.0</u>	29.0	21.0	28.0	<u>57.0</u>	<u>46.3</u>	11.1	<u>44.0</u>	25.9	22.7	33.5	<u>45.5</u>	<u>49.5</u>	39.7	10.4

3. 한국문화 콘텐츠 소비량

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

- UAE의 한국 콘텐츠 소비 비중은 '한국 영화'가 32.3%(129명)로 가장 높았으며, 그 외 'K-POP', '드라마' 순으로 높게 나타남
- 영화는 20~40대, 기혼 집단을 중심으로 소비량이 상대적으로 높게 나타남
K-POP의 소비는 기혼, 한류에 대해 상대적으로 호감이 낮은 집단에서 상대적으로 높게 나타나는 것으로 조사됨

[그림 16-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]



[표 16-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]

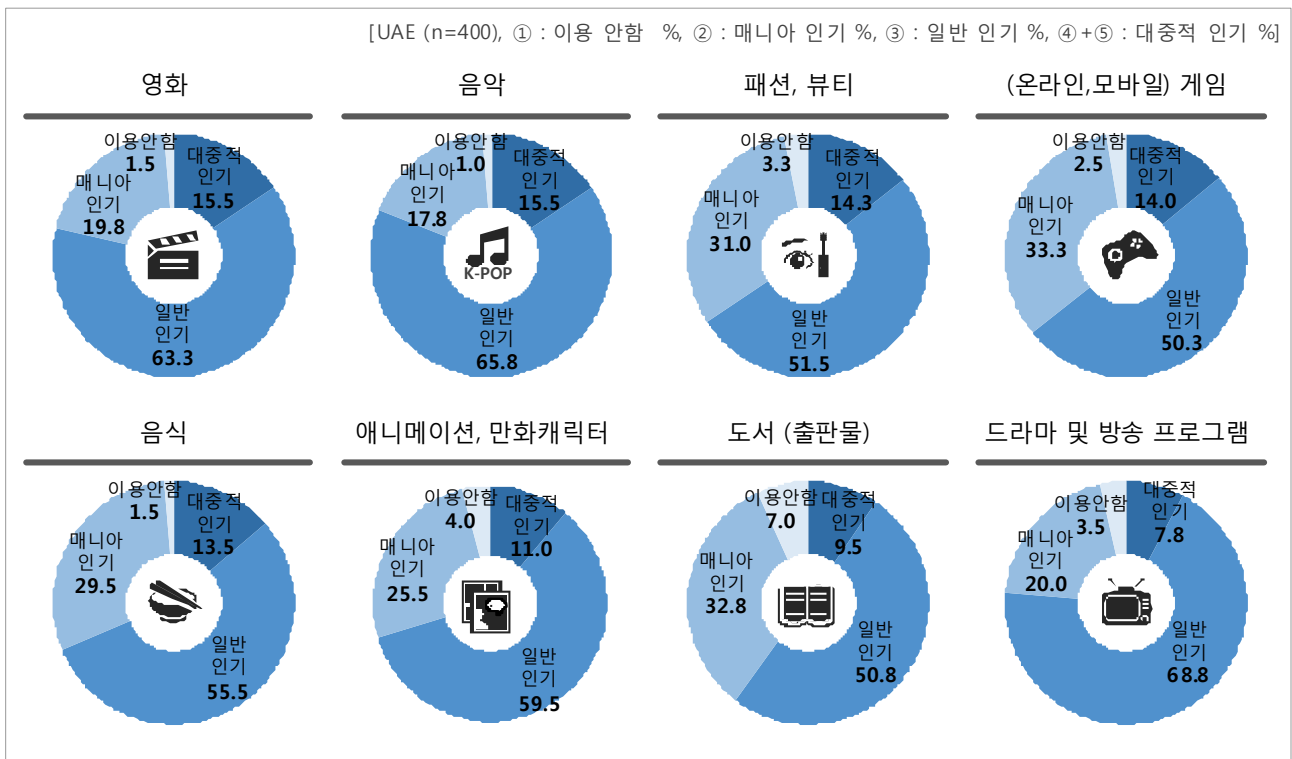
한국문화 콘텐츠 소비량 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (234)	미혼 (166)	중졸 이하 (75)	고졸 (158)	대졸 이상 (167)	호감 (99)	보통 (224)	비호감 (77)
영화	33.8	30.8	24.8	<u>33.2</u>	<u>36.7</u>	<u>35.7</u>	28.9	<u>35.8</u>	27.4	23.9	28.9	<u>39.3</u>	36.2	29.4	35.6
음악	32.2	32.2	23.1	33.6	37.1	34.4	37.2	<u>35.9</u>	26.9	26.5	27.8	<u>38.9</u>	31.6	29.0	<u>42.3</u>
드라마	31.9	32.3	23.1	31.8	<u>39.7</u>	34.5	30.0	<u>36.2</u>	26.3	27.5	29.6	36.4	32.8	30.3	36.3
예능	<u>31.9</u>	24.6	20.3	29.3	<u>32.6</u>	<u>32.7</u>	21.1	<u>31.6</u>	23.4	21.1	25.5	33.9	32.9	25.8	29.2
애니, 만화	<u>29.3</u>	20.2	18.7	22.3	<u>30.2</u>	<u>30.4</u>	15.0	<u>27.9</u>	20.2	18.5	22.3	29.8	<u>31.7</u>	22.5	22.1
게임	<u>30.6</u>	17.4	16.9	23.5	<u>30.1</u>	<u>29.3</u>	8.3	<u>27.3</u>	19.4	17.0	21.5	<u>29.6</u>	<u>33.7</u>	22.5	16.0

4. 한국문화 콘텐츠 인기도

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

- UAE에서 한국문화 콘텐츠는 '도서'와 '드라마'를 제외하고 전반적으로 약 10~15%대 수준의 대중적 인기를 얻고 있는 가운데,
특히 '영화'와 'K-POP'의 대중적 인기가 15.5%(62명)로 가장 높은 것으로 조사됨
- 한국 영화는 20~30대 연령층, 기혼, 한류 호감층에서 대중적 인기가 상대적으로 높음
K-POP의 경우 남성, 30대, 기혼, 한류 호감층에서 대중적인 인기가 높게 나타남

[그림 16-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]



[표 16-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]

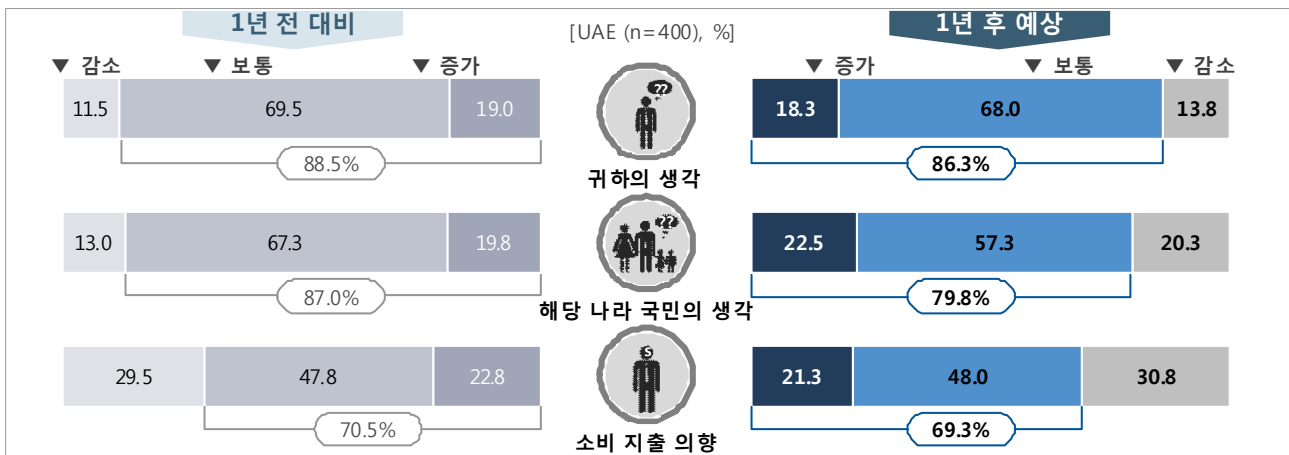
대중적 인기 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감
	(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(82)	(18)	(234)	(166)	(75)	(158)	(167)	(99)	(224)	(77)
한국 영화	17.5	13.5	7.0	<u>20.0</u>	<u>26.0</u>	11.0	-	17.9	12.0	9.3	13.9	19.8	<u>23.2</u>	12.9	13.0
한국 음악(K-Pop)	18.0	13.0	9.0	17.0	<u>26.0</u>	12.2	-	18.4	11.4	6.7	<u>16.5</u>	<u>18.6</u>	<u>24.2</u>	12.9	11.7
한국 패션, 뷰티	17.0	11.5	11.0	14.0	19.0	14.6	5.6	14.1	14.5	9.3	13.3	17.4	<u>28.3</u>	9.4	10.4
한국 게임	16.5	11.5	11.0	12.0	18.0	18.3	-	15.4	12.0	6.7	13.3	18.0	<u>22.2</u>	11.6	10.4
한국 음식	14.5	12.5	10.0	15.0	17.0	14.6	-	13.7	13.3	6.7	11.4	18.6	<u>24.2</u>	10.3	9.1
한국 애니메이션	13.0	9.0	8.0	10.0	16.0	12.2	-	12.0	9.6	9.3	9.5	13.2	15.2	9.8	9.1
한국 도서(출판물)	8.5	10.5	10.0	6.0	10.0	13.4	5.6	9.8	9.0	4.0	8.9	12.6	12.1	8.5	9.1
한국 드라마 및 방송	7.5	8.0	4.0	15.0	9.0	3.7	-	6.4	9.6	8.0	7.0	8.4	11.1	6.3	7.8

5. 한국문화 관심도

Q14. 귀하는 다음의 한국문화상품 관련 사항에 대해 어떻게 생각합니까?

- 한국문화상품에 대한 본인의 관심도는 1년 전 대비 비슷하거나 증가하였다는 응답이 전체의 88.5%(354명)이며, 1년 후의 한국문화상품 관심도도 현재와 유사한 수준(86.3%, 345명)으로 예상됨
- 소비 지출 의향의 경우, 1년 전 대비 비슷하거나 증가하였다는 응답은 70.5%(282명), 1년 후 예상은 69.3%(277명)로 유사한 수준으로 예상됨
- 전반적으로 남성, 30~40대, 기혼 집단에서 1년 전 대비, 1년 후 대비 관심도와 소비지출 의향이 증가할 것으로 인식하고 있음

[그림 16-5. 한국문화상품 관심도]



[표 16-5. 한국문화상품 관심도]

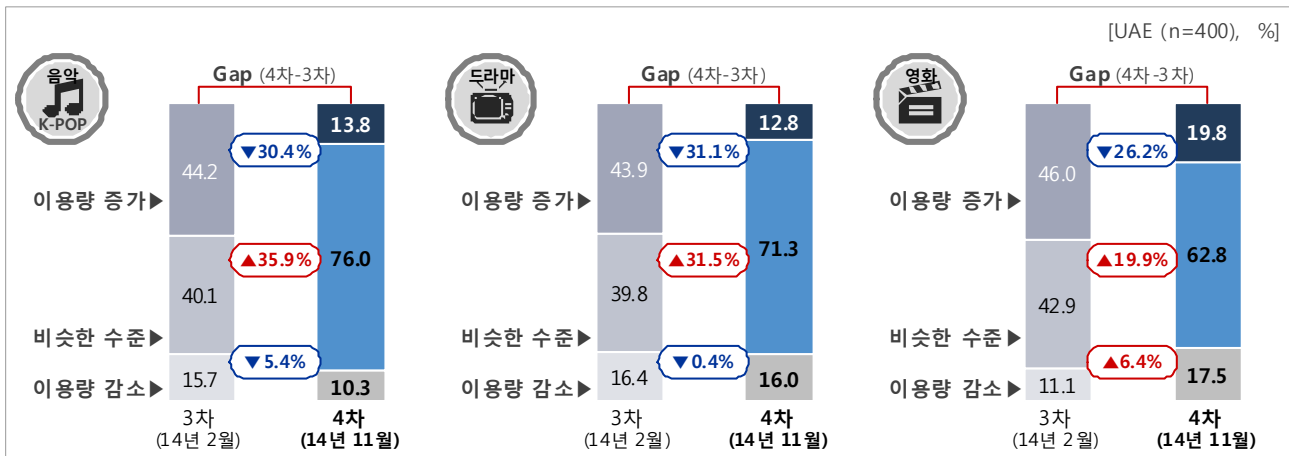
한국 문화 상품 관심도 %			귀하의 생각						해당나라 국민의 생각						소비 지출 의향					
			1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비			1년후 예상		
			감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성	(200)	14.5	56.0	29.5	20.5	54.5	25.0	23.0	50.5	26.5	24.5	47.0	28.5	24.0	44.0	32.0	25.5	46.0	28.5
	여성	(200)	8.5	83.0	8.5	7.0	81.5	11.5	3.0	84.0	13.0	16.0	67.5	16.5	35.0	51.5	13.5	36.0	50.0	14.0
연령	15~19세	(100)	23.0	77.0	-	21.0	78.0	1.0	25.0	72.0	3.0	37.0	56.0	7.0	40.0	53.0	7.0	39.0	57.0	4.0
	20대	(100)	7.0	72.0	21.0	10.0	75.0	15.0	12.0	73.0	15.0	16.0	62.0	22.0	27.0	49.0	24.0	28.0	53.0	19.0
	30대	(100)	7.0	64.0	29.0	12.0	58.0	30.0	5.0	62.0	33.0	8.0	55.0	37.0	17.0	52.0	31.0	19.0	45.0	36.0
	40대	(82)	9.8	58.5	31.7	13.4	53.7	32.9	12.2	54.9	32.9	19.5	51.2	29.3	28.0	36.6	35.4	29.3	39.0	31.7
	50대	(18)	5.6	94.4	-	5.6	94.4	-	-	94.4	5.6	22.2	77.8	-	61.1	38.9	-	72.2	27.8	-
결혼여부	기혼	(234)	8.1	62.8	29.1	12.0	62.4	25.6	7.3	64.1	28.6	14.1	56.0	29.9	25.2	42.7	32.1	29.5	40.2	30.3
	미혼	(166)	16.3	78.9	4.8	16.3	75.9	7.8	21.1	71.7	7.2	28.9	59.0	12.0	35.5	54.8	9.6	32.5	59.0	8.4
학력	중졸이하	(75)	18.7	74.7	6.7	20.0	74.7	5.3	18.7	73.3	8.0	28.0	61.3	10.7	41.3	49.3	9.3	48.0	45.3	6.7
	고졸	(158)	13.9	77.2	8.9	10.1	77.2	12.7	16.5	69.6	13.9	23.4	60.8	15.8	29.1	58.2	12.7	27.8	59.5	12.7
	대졸이상	(167)	6.0	59.9	34.1	14.4	56.3	29.3	7.2	62.3	30.5	13.8	52.1	34.1	24.6	37.1	38.3	25.7	38.3	35.9
한류태도	호감	(99)	18.2	45.5	36.4	22.2	40.4	37.4	27.3	43.4	29.3	22.2	42.4	35.4	17.2	39.4	43.4	19.2	41.4	39.4
	보통	(224)	9.4	75.4	15.2	11.6	72.8	15.6	8.0	71.0	21.0	16.5	62.5	21.0	27.2	54.5	18.3	27.7	53.6	18.8
	비호감	(77)	9.1	83.1	7.8	9.1	89.6	1.3	9.1	87.0	3.9	28.6	61.0	10.4	51.9	39.0	9.1	54.5	40.3	5.2

6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)

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

- 한국문화상품 이용량은 전반적으로 3차 조사 대비 '이용량 증가' 응답이 감소하고, '비슷한 수준'이라는 응답이 증가하였음
- 특히, 남성, 30대, 기혼, 한류 호감층에서 한국문화 콘텐츠 이용량이 전년 대비 증가한 것으로 인식하는 비중이 상대적으로 높게 나타남(K-POP, 드라마, 영화 동일)

[그림 16-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]



[표 16-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]

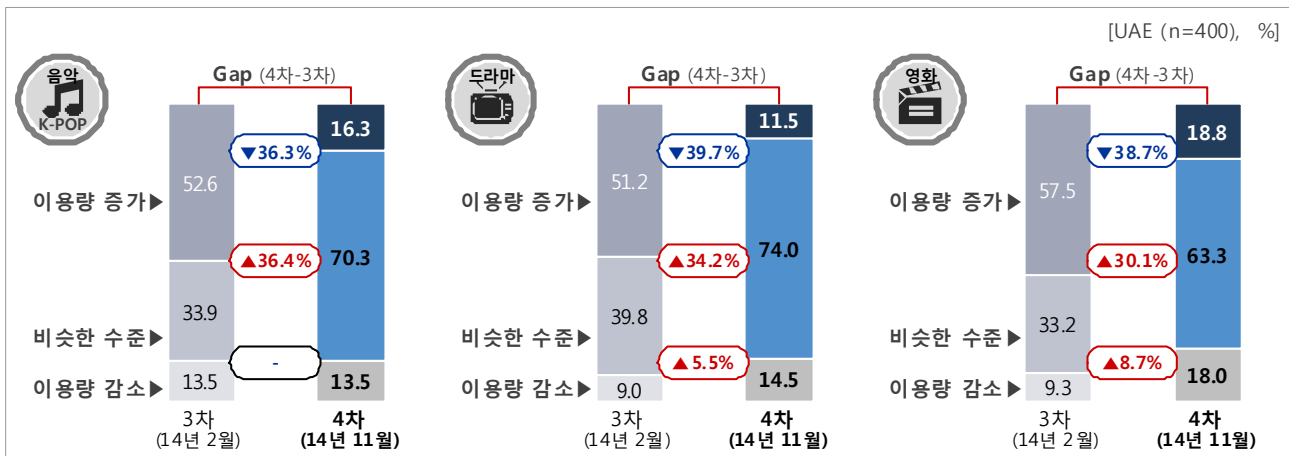
한국문화 1년 전 대비 이용량 변화 %			음악						드라마						영화					
			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사		
			감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)		10.6	42.6	46.8	17.0	63.5	19.5	15.3	41.4	43.2	21.5	60.5	18.0	9.4	40.2	50.4	19.5	55.0	25.5
	여성 (200)		21.1	37.6	41.4	3.5	88.5	8.0	17.3	38.3	44.4	10.5	82.0	7.5	12.8	45.9	41.3	15.5	70.5	14.0
연령	15~19세 (100)		29.4	32.4	38.2	17.0	81.0	2.0	40.4	29.8	29.8	19.0	79.0	2.0	21.8	30.9	47.3	23.0	73.0	4.0
	20대 (100)		8.3	47.2	44.4	8.0	75.0	17.0	12.7	39.4	47.9	14.0	71.0	15.0	9.8	42.6	47.5	19.0	59.0	22.0
	30대 (100)		12.2	47.3	40.5	7.0	70.0	23.0	9.2	44.6	46.2	15.0	65.0	20.0	8.2	54.1	37.7	8.0	61.0	31.0
	40대 (82)		13.3	31.7	55.0	11.0	73.2	15.9	9.8	42.6	47.5	17.1	65.9	17.1	4.1	42.9	53.1	19.5	54.9	25.6
	50대 (18)		-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	11.1	88.9	-	-	-	-	22.2	72.2	5.6
결혼여부	기혼 (234)		12.9	42.4	44.6	6.4	75.2	18.4	11.6	41.1	47.3	16.2	67.5	16.2	6.7	46.2	47.1	17.5	57.3	25.2
	미혼 (166)		18.5	37.8	43.7	15.7	77.1	7.2	21.7	38.3	40.0	15.7	76.5	7.8	15.9	39.3	44.9	17.5	70.5	12.0
학력	중졸이하 (75)		25.0	37.5	37.5	12.0	81.3	6.7	40.0	30.0	30.0	18.7	77.3	4.0	22.2	11.1	66.7	18.7	72.0	9.3
	고졸 (158)		21.5	38.7	39.8	12.0	78.5	9.5	28.4	33.8	37.8	15.2	75.3	9.5	15.4	38.5	46.2	19.0	66.5	14.6
	대졸이상 (167)		12.1	41.0	46.8	7.8	71.3	21.0	9.4	43.1	47.5	15.6	64.7	19.8	7.9	47.5	44.6	15.6	55.1	29.3
한류태도	호감 (99)		11.5	37.4	51.1	12.1	58.6	29.3	10.8	29.2	60.0	19.2	57.6	23.2	12.1	34.7	53.2	16.2	46.5	37.4
	보통 (224)		18.7	43.1	38.2	10.7	79.9	9.4	16.2	53.2	30.6	16.1	73.7	10.3	6.5	53.3	40.2	16.1	70.1	13.8
	비호감 (77)		33.3	41.7	25.0	6.5	87.0	6.5	69.2	23.1	7.7	11.7	81.8	6.5	40.0	50.0	10.0	23.4	62.3	14.3

7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)

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

- 향후 한국문화 이용량이 증가하거나 현재와 비슷한 수준으로 유지될 것으로 예상하는 비율은 전체의 80%대 수준으로 이는 전년대비 소폭 하락한 수치임
- 'K-POP'과 '드라마'는 10대 남성, 미혼 집단에서 타 집단 대비 이용량 감소를 높게 예상함
- 한편 '영화'는 10~20대, 미혼 집단에서 향후 이용량 감소를 높게 예상함

[그림 16-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]



[표 16-7. 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)	14.2	32.6	53.2	<u>21.5</u>	57.0	<u>21.5</u>	7.2	40.5	52.3	<u>20.5</u>	64.0	15.5	10.3	33.3	56.4	19.5	56.0	<u>24.5</u>
	여성	(200)	12.8	35.3	51.9	5.5	<u>83.5</u>	11.0	10.5	39.1	50.4	8.5	<u>84.0</u>	7.5	8.3	33.0	58.7	16.5	<u>70.5</u>	13.0
연령	15~19세	(100)	<u>27.9</u>	38.2	33.8	<u>25.0</u>	71.0	4.0	<u>23.4</u>	36.2	40.4	<u>22.0</u>	76.0	2.0	27.3	27.3	45.5	<u>22.0</u>	<u>72.0</u>	6.0
	20대	(100)	11.1	36.1	52.8	10.0	73.0	17.0	8.5	36.6	<u>54.9</u>	13.0	75.0	12.0	6.6	32.8	60.7	<u>25.0</u>	59.0	16.0
	30대	(100)	9.5	35.1	55.4	9.0	66.0	25.0	3.1	<u>47.7</u>	49.2	13.0	73.0	14.0	3.3	<u>44.3</u>	52.5	9.0	62.0	29.0
	40대	(82)	5.0	25.0	<u>70.0</u>	12.2	64.6	23.2	4.9	37.7	<u>57.4</u>	11.0	68.3	<u>20.7</u>	-	26.5	<u>73.5</u>	15.9	54.9	29.3
	50대	(18)	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	5.6	88.9	5.6	-	-	-	16.7	83.3	-
결혼여부	기혼	(234)	7.9	33.8	<u>58.3</u>	8.1	68.4	<u>23.5</u>	6.2	39.5	54.3	11.5	71.4	<u>17.1</u>	1.7	<u>37.0</u>	<u>61.3</u>	14.1	59.8	<u>26.1</u>
	미혼	(166)	<u>19.3</u>	34.1	46.7	<u>21.1</u>	72.9	6.0	12.2	40.0	47.8	18.7	77.7	3.6	<u>17.8</u>	29.0	53.3	<u>23.5</u>	<u>68.1</u>	8.4
학력	중졸이하	(75)	12.5	25.0	62.5	13.3	<u>80.0</u>	6.7	<u>40.0</u>	30.0	30.0	14.7	77.3	8.0	11.1	33.3	55.6	22.7	<u>70.7</u>	6.7
	고졸	(158)	<u>21.5</u>	<u>36.6</u>	41.9	15.2	73.4	11.4	14.9	32.4	<u>52.7</u>	19.0	74.7	6.3	<u>19.2</u>	26.9	53.8	17.7	<u>68.4</u>	13.9
	대졸이상	(167)	9.2	<u>32.9</u>	57.8	12.0	62.9	<u>25.1</u>	4.4	43.8	<u>51.9</u>	10.2	71.9	<u>18.0</u>	3.6	36.7	59.7	16.2	55.1	<u>28.7</u>
한류태도	호감	(99)	10.1	29.5	<u>60.4</u>	17.2	48.5	<u>34.3</u>	6.7	<u>30.8</u>	<u>62.5</u>	<u>20.2</u>	57.6	<u>22.2</u>	7.3	27.4	<u>65.3</u>	19.2	47.5	<u>33.3</u>
	보통	(224)	13.8	<u>39.8</u>	46.3	13.4	<u>74.1</u>	12.5	7.2	49.5	43.2	14.3	76.3	9.4	9.8	<u>40.2</u>	50.0	16.5	<u>67.9</u>	15.6
	비호감	(77)	<u>50.0</u>	25.0	25.0	9.1	<u>87.0</u>	3.9	<u>46.2</u>	38.5	15.4	7.8	<u>88.3</u>	3.9	<u>30.0</u>	40.0	30.0	20.8	<u>70.1</u>	9.1

제16장 국가별 결과 분석 : UAE

II. 한류에 대한 인식

1. 한류 용어 인지도 및 호감도

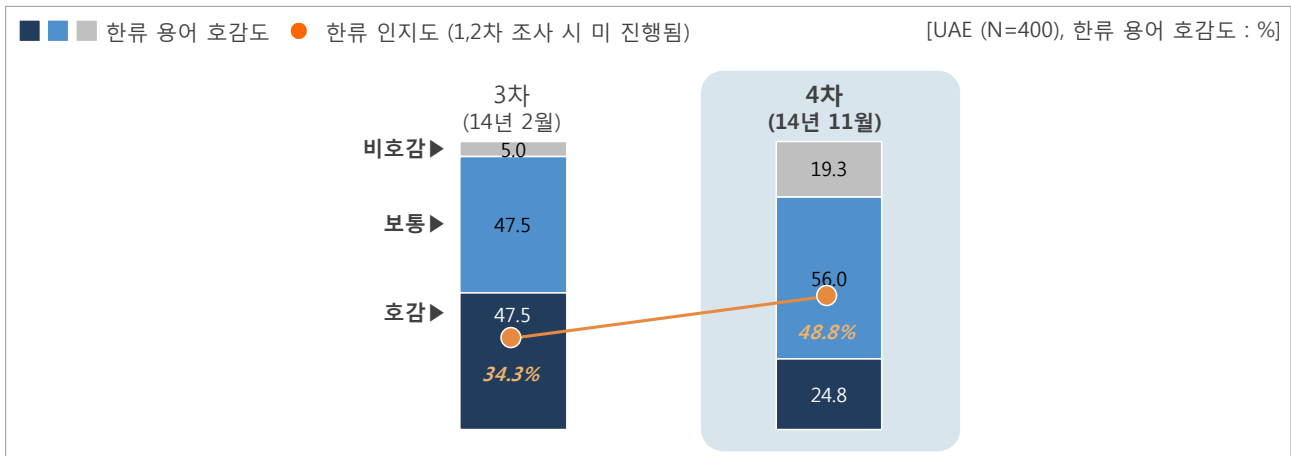
Q4. 한국 대중문화 유행 현상을 한류(Korean Wave/Hallyu)라고 부릅니다.

귀하께서는 '한류'라는 용어를 이전에 들어본 적이 있습니까?

Q4_1. 귀하께서는 한류라는 용어에 대해 어떻게 생각하십니까?

- '한류' 용어의 인지도는 48.8%(195명)로 3차 조사 대비 10%이상 큰 폭으로 상승하였음
- 반면, '한류' 용어 호감도는 24.8%(99명)로 3차 조사 대비 대폭 하락하였을 뿐만 아니라, 비호감 인식률이 3차 5.0%(20명)에서 4차 19.3%(77명)로 증가하는 경향을 보여 지속적인 관리가 필요할 것으로 보임
- 한류 인지도는 여성, 10~20대, 미혼, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 나타남

[그림 16-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]



[표 16-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]

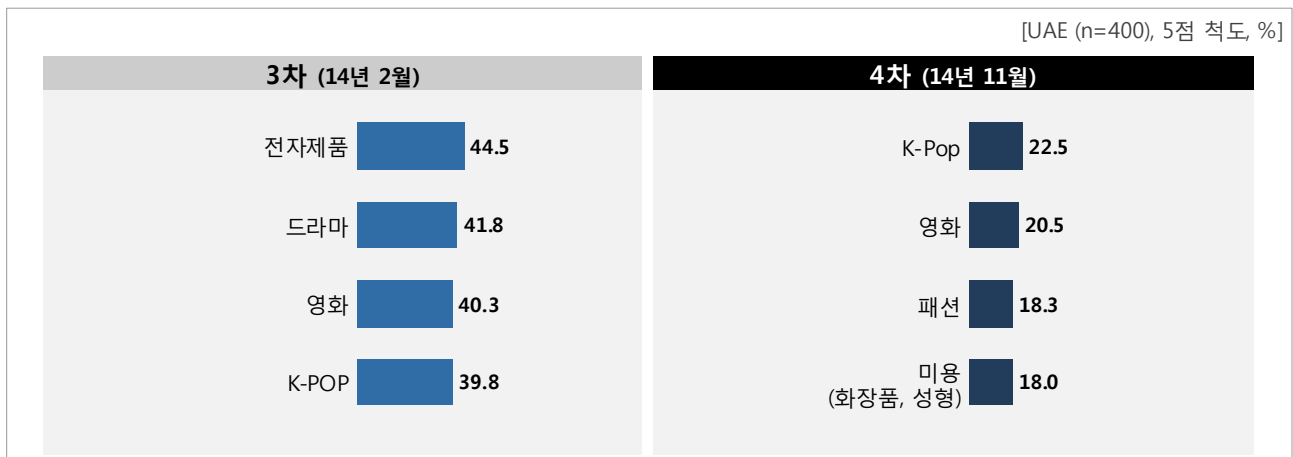
%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (234)	미혼 (166)	중졸 이하 (75)	고졸 (158)	대졸 이상 (167)	호감 (99)	보통 (224)	비호감 (77)
한류 인지도	39.5	<u>58.0</u>	<u>55.0</u>	<u>68.0</u>	40.0	29.3	44.4	38.5	<u>63.3</u>	48.0	<u>57.0</u>	41.3	<u>57.6</u>	48.7	37.7
한류 호감도 - 호감	<u>31.5</u>	18.0	26.0	26.0	28.0	22.0	5.6	24.4	25.3	16.0	23.4	<u>29.9</u>	100.0	-	-
한류 호감도 - 보통	<u>61.5</u>	50.5	52.0	55.0	<u>61.0</u>	56.1	55.6	55.1	57.2	58.7	<u>62.7</u>	48.5	-	100.0	-
한류 호감도 - 비호감	7.0	<u>31.5</u>	22.0	19.0	11.0	22.0	<u>38.9</u>	20.5	17.5	25.3	13.9	21.6	-	-	100.0

2. 한류 대표 콘텐츠

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

- 한류 대표 콘텐츠로 'K-POP'이 22.5%(90명)로 가장 높았으며, 그 외 '영화', '패션' 순으로 나타남
- K-POP은 남성, 30대, 기혼, 한류 호감층에서 대표 콘텐츠로 인식하는 비중이 상대적으로 높음

[그림 16-9. 한류 대표 콘텐츠]



[표 16-9. 한류 대표 콘텐츠]

한류 대표 콘텐츠 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (234)	미혼 (166)	중졸 이하 (75)	고졸 (158)	대졸 이상 (167)	호감 (99)	보통 (224)	비호감 (77)
K-POP	<u>27.0</u>	18.0	18.0	22.0	<u>28.0</u>	24.4	11.1	<u>24.8</u>	19.3	20.0	18.4	27.5	<u>45.5</u>	19.6	1.3
영화	22.0	19.0	22.0	24.0	25.0	13.4	-	19.2	22.3	18.7	17.1	24.6	<u>35.4</u>	19.6	3.9
패션	15.5	21.0	21.0	15.0	18.0	15.9	<u>33.3</u>	17.9	18.7	16.0	15.8	21.6	20.2	13.8	<u>28.6</u>
미용 (화장품, 성형)	5.0	<u>31.0</u>	18.0	24.0	12.0	15.9	<u>27.8</u>	18.4	17.5	22.7	21.5	12.6	10.1	19.2	<u>24.7</u>

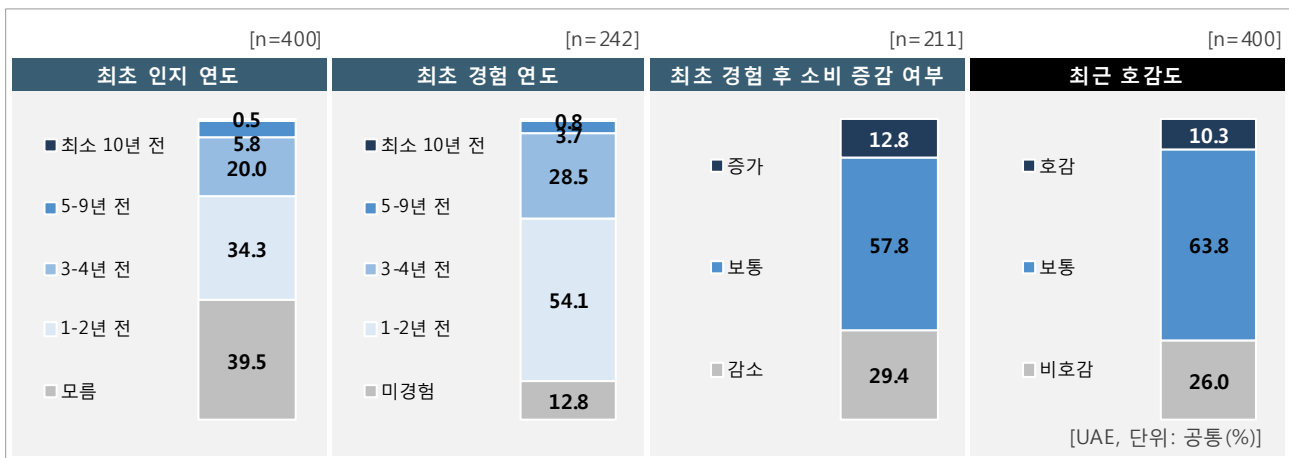
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악

(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램

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

- 한국 드라마 및 방송 프로그램의 인지도는 60.5%(242명)임
- 경험률은 87.2%(211명)이며, 그 중 54.1%(131명)이 최근 1~2년 이내 프로그램을 경험한 것으로 나타남
- 최초 경험 후 소비 증가율은 12.8%(27명)이며, 최근 호감도는 10.3%(41명)임
- 30~40대, 한류 호감층에서 드라마 경험 후 소비 증가와 최근 호감도가 높게 나타남

[그림 16-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]



[표 16-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]

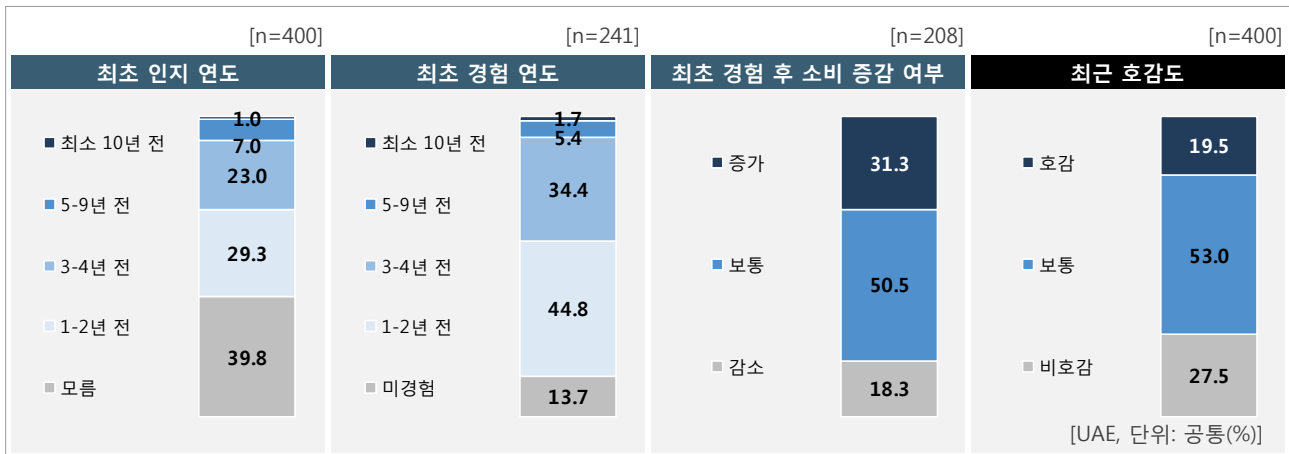
% (성별, 연령, 결혼여부, 학력, 한류태도)		1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
		모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)	28.0	<u>45.0</u>	20.5	5.5	1.0	<u>19.4</u>	56.9	20.8	2.8	-	29.3	56.0	14.7	30.0	56.5	13.5
	여성 (200)	<u>51.0</u>	23.5	19.5	6.0	-	3.1	50.0	<u>39.8</u>	5.1	2.0	29.5	60.0	10.5	22.0	<u>71.0</u>	7.0
연령	15~19세 (100)	62.0	21.0	10.0	6.0	1.0	2.6	60.5	34.2	2.6	-	48.6	45.9	5.4	45.0	50.0	5.0
	20대 (100)	33.0	33.0	25.0	8.0	1.0	17.9	35.8	38.8	7.5	-	27.3	60.0	12.7	21.0	71.0	8.0
	30대 (100)	24.0	<u>42.0</u>	28.0	6.0	-	11.8	53.9	28.9	2.6	2.6	19.4	68.7	11.9	15.0	69.0	<u>16.0</u>
	40대 (82)	30.5	<u>48.8</u>	17.1	3.7	-	15.8	<u>70.2</u>	12.3	1.8	-	33.3	45.8	<u>20.8</u>	22.0	63.4	<u>14.6</u>
	50대 (18)	<u>77.8</u>	5.6	16.7	-	-	-	<u>75.0</u>	25.0	-	-	-	100.0	-	27.8	72.2	-
결혼여부	기혼 (234)	31.2	<u>41.0</u>	23.5	3.8	0.4	13.0	<u>58.4</u>	23.6	5.0	-	32.1	55.7	12.1	21.4	65.0	13.7
	미혼 (166)	<u>51.2</u>	24.7	15.1	8.4	0.6	12.3	45.7	<u>38.3</u>	1.2	2.5	23.9	62.0	14.1	32.5	62.0	5.4
학력	중졸이하 (75)	48.0	30.7	12.0	8.0	1.3	-	61.5	28.2	7.7	2.6	35.9	56.4	7.7	29.3	61.3	9.3
	고졸 (158)	40.5	31.6	24.7	3.2	-	16.0	48.9	31.9	3.2	-	19.0	70.9	10.1	26.6	67.1	6.3
	대졸이상 (167)	34.7	38.3	19.2	7.2	0.6	14.7	56.0	25.7	2.8	0.9	35.5	47.3	17.2	24.0	61.7	14.4
한류태도	호감 (99)	24.2	<u>50.5</u>	21.2	4.0	-	10.7	64.0	25.3	-	-	34.3	46.3	19.4	31.3	48.5	<u>20.2</u>
	보통 (224)	35.3	34.8	25.0	4.9	-	14.5	50.3	29.7	4.1	1.4	23.4	<u>68.5</u>	8.1	23.7	68.8	7.6
	비호감 (77)	<u>71.4</u>	11.7	3.9	10.4	2.6	9.1	45.5	31.8	13.6	-	<u>50.0</u>	30.0	20.0	26.0	68.8	5.2

(2) 한국 영화

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

- 한국 영화의 인지도는 60.2%(241명) 수준이며, 경험률은 86.3%(208명)으로 나타남
- 인지자 중 절반정도가 최근 1~2년 이내에 한국 영화를 경험하기 시작한 것으로 확인 됨
- 최초 경험 후 소비 증가율은 31.3%(65명)이며, 최근 호감도는 19.5%(78명)로 나타남
- 특성별로 남성, 40대, 기혼, 한류 호감층에서 한국 영화 경험 후 소비 증가와 최근 호감도가 높게 나타남

[그림 16-11. 한국 영화]



[표 16-11. 한국 영화]

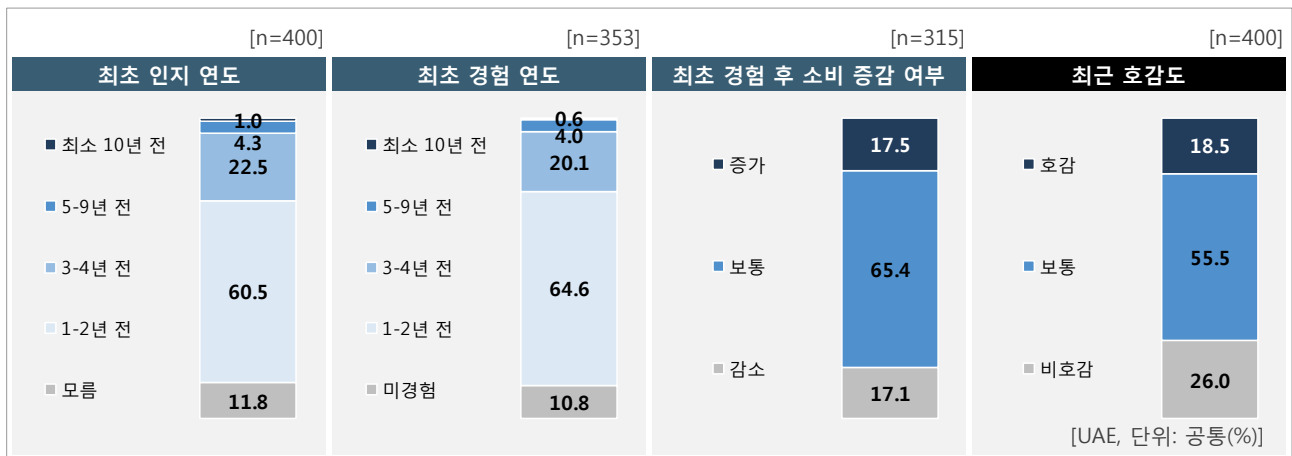
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	28.0	<u>35.5</u>	<u>29.0</u>	7.0	0.5	13.9	<u>48.6</u>	31.3	4.9	1.4	18.5	46.0	<u>35.5</u>	<u>33.0</u>	43.0	<u>24.0</u>
	여성	(200)	<u>51.5</u>	23.0	17.0	7.0	1.5	13.4	39.2	39.2	6.2	2.1	17.9	<u>57.1</u>	25.0	22.0	<u>63.0</u>	15.0
연령	15~19세	(100)	61.0	15.0	18.0	6.0	-	5.1	46.2	46.2	2.6	-	<u>32.4</u>	62.2	5.4	44.0	45.0	11.0
	20대	(100)	32.0	33.0	27.0	6.0	2.0	<u>29.4</u>	41.2	22.1	7.4	-	12.5	64.6	22.9	26.0	60.0	14.0
	30대	(100)	27.0	35.0	28.0	8.0	2.0	13.7	41.1	34.2	8.2	2.7	15.9	38.1	<u>46.0</u>	16.0	58.0	26.0
	40대	(82)	30.5	37.8	22.0	9.8	-	1.8	52.6	40.4	1.8	3.5	16.1	42.9	<u>41.1</u>	20.7	46.3	<u>32.9</u>
	50대	(18)	<u>77.8</u>	16.7	5.6	-	-	-	50.0	<u>50.0</u>	-	-	25.0	<u>75.0</u>	-	<u>38.9</u>	61.1	-
결혼 여부	기혼	(234)	31.6	<u>34.2</u>	<u>25.2</u>	8.1	0.9	11.9	43.8	<u>37.5</u>	5.0	1.9	17.0	46.1	<u>36.9</u>	19.7	<u>56.8</u>	<u>23.5</u>
	미혼	(166)	<u>51.2</u>	22.3	19.9	5.4	1.2	17.3	46.9	28.4	6.2	1.2	20.9	<u>59.7</u>	19.4	<u>38.6</u>	47.6	13.9
학력	중졸이하	(75)	<u>64.0</u>	18.7	10.7	2.7	4.0	-	55.6	37.0	3.7	3.7	<u>33.3</u>	40.7	25.9	<u>37.3</u>	56.0	6.7
	고졸	(158)	39.9	33.5	20.9	5.7	-	27.4	40.0	29.5	3.2	-	17.4	55.1	27.5	29.1	57.0	13.9
	대졸이상	(167)	28.7	29.9	<u>30.5</u>	10.2	0.6	5.9	46.2	37.8	7.6	2.5	15.2	50.0	<u>34.8</u>	21.6	47.9	<u>30.5</u>
한류 태도	호감	(99)	19.2	<u>33.3</u>	<u>40.4</u>	7.1	-	5.0	46.3	<u>43.8</u>	5.0	-	13.2	46.1	<u>40.8</u>	24.2	36.4	<u>39.4</u>
	보통	(224)	36.2	<u>34.8</u>	21.4	6.7	0.9	<u>19.6</u>	43.4	29.4	4.9	2.8	20.9	53.0	26.1	28.1	56.3	15.6
	비호감	(77)	<u>76.6</u>	7.8	5.2	7.8	2.6	5.6	50.0	33.3	11.1	-	23.5	52.9	23.5	29.9	<u>64.9</u>	5.2

(3) 한국 음악(K-POP)

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

- K-POP 인지도는 88.2%(353명)이며, 경험률은 89.2%(315명)으로 높게 나타남
- K-POP 인지 및 경험률은 최근 1~2년 이내를 중심으로 60%대 이상으로 높게 나타남
- 최초 경험 후 소비 증가율은 17.5%(55명)이며, 최근 호감도는 18.5%(74명)임
- 남성, 30대, 기혼, 한류 호감층에서 최초 경험 후 소비증가율 및 최근 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 16-12. 한국 음악(K-POP)]



[표 16-12. 한국 음악(K-POP)]

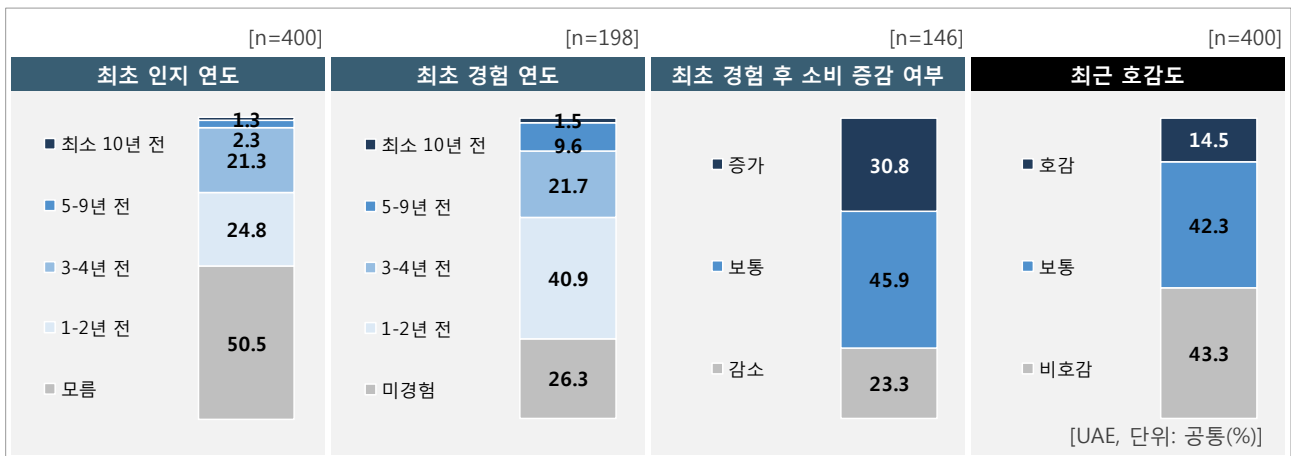
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	9.5	55.0	<u>30.0</u>	5.0	0.5	12.7	60.8	22.7	3.9	-	<u>26.6</u>	51.9	<u>21.5</u>	28.0	48.5	<u>23.5</u>
	여성	(200)	14.0	<u>66.0</u>	15.0	3.5	1.5	8.7	68.6	17.4	4.1	1.2	7.6	<u>79.0</u>	13.4	24.0	<u>62.5</u>	13.5
연령	15~19세	(100)	11.0	67.0	21.0	1.0	-	1.1	70.8	24.7	3.4	-	<u>35.2</u>	62.5	2.3	29.0	66.0	5.0
	20대	(100)	15.0	57.0	19.0	8.0	1.0	16.5	63.5	14.1	5.9	-	7.0	77.5	15.5	32.0	53.0	15.0
	30대	(100)	12.0	57.0	24.0	4.0	3.0	15.9	60.2	15.9	5.7	2.3	12.2	55.4	<u>32.4</u>	15.0	52.0	<u>33.0</u>
	40대	(82)	9.8	54.9	<u>30.5</u>	4.9	-	12.2	59.5	27.0	1.4	-	12.3	61.5	26.2	26.8	47.6	25.6
	50대	(18)	5.6	<u>88.9</u>	5.6	-	-	-	<u>82.4</u>	17.6	-	-	5.9	<u>88.2</u>	5.9	33.3	<u>66.7</u>	-
결혼 여부	기혼	(234)	9.4	58.5	24.4	6.0	1.7	13.7	62.7	18.9	3.8	0.9	12.0	63.4	<u>24.6</u>	22.6	52.1	<u>25.2</u>
	미혼	(166)	15.1	63.3	19.9	1.8	-	6.4	67.4	22.0	4.3	-	<u>24.2</u>	68.2	7.6	30.7	60.2	9.0
학력	중졸이하	(75)	<u>22.7</u>	62.7	9.3	4.0	1.3	-	74.1	22.4	3.4	-	<u>32.8</u>	63.8	3.4	<u>42.7</u>	53.3	4.0
	고졸	(158)	12.7	59.5	<u>25.9</u>	1.9	-	16.7	60.1	21.7	1.4	-	20.0	69.6	10.4	24.1	<u>63.9</u>	12.0
	대졸이상	(167)	6.0	60.5	<u>25.1</u>	6.6	1.8	9.6	65.0	17.8	6.4	1.3	8.5	62.7	<u>28.9</u>	20.4	48.5	<u>31.1</u>
한류 태도	호감	(99)	9.1	49.5	<u>32.3</u>	7.1	2.0	4.4	64.4	25.6	4.4	1.1	23.3	45.3	<u>31.4</u>	20.2	42.4	<u>37.4</u>
	보통	(224)	15.6	58.0	22.3	3.6	0.4	<u>18.0</u>	57.7	20.1	3.7	0.5	16.8	65.8	17.4	25.9	58.9	15.2
	비호감	(77)	3.9	<u>81.8</u>	10.4	2.6	1.3	-	<u>82.4</u>	13.5	4.1	-	10.8	<u>87.8</u>	1.4	<u>33.8</u>	<u>62.3</u>	3.9

(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터

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

- 한국 애니메이션의 인지도는 49.5%(198명)으로 타 한류 콘텐츠 대비 상대적으로 낮음
- 한국 애니메이션 경험률은 73.7%(146명)이며, 30.8%(45명)가 최초 경험 후 소비가 증가하였다고 응답함
- 남성, 기혼, 한류 호감층에서 최초 경험 후 소비 증가율과 최근 호감도가 타 집단 대비 상대적으로 높게 나타남

[그림 16-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]



[표 16-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]

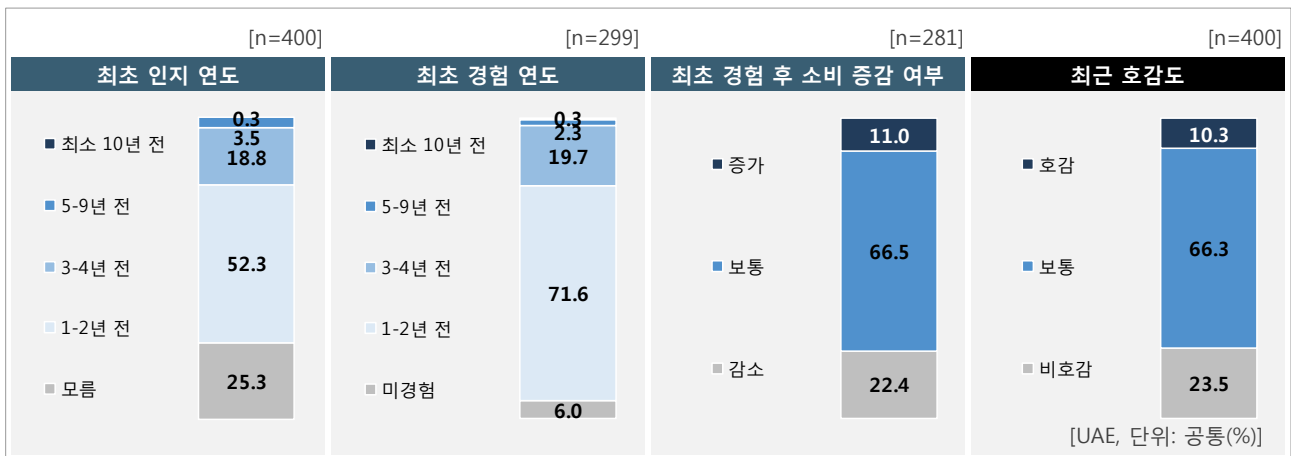
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	36.5	<u>32.0</u>	<u>28.5</u>	1.5	1.5	27.6	<u>44.1</u>	22.0	6.3	-	23.9	42.4	33.7	37.5	40.5	<u>22.0</u>
	여성	(200)	<u>64.5</u>	17.5	14.0	3.0	1.0	23.9	35.2	21.1	15.5	4.2	22.2	<u>51.9</u>	25.9	<u>49.0</u>	44.0	7.0
연령	15~19세	(100)	67.0	19.0	12.0	2.0	-	6.1	48.5	27.3	12.1	6.1	<u>38.7</u>	48.4	12.9	42.0	53.0	5.0
	20대	(100)	45.0	33.0	18.0	3.0	1.0	<u>49.1</u>	23.6	16.4	9.1	1.8	28.6	42.9	28.6	48.0	44.0	8.0
	30대	(100)	40.0	29.0	25.0	4.0	2.0	26.7	41.7	21.7	10.0	-	15.9	47.7	36.4	33.0	38.0	<u>29.0</u>
	40대	(82)	42.7	22.0	32.9	-	2.4	14.9	53.2	23.4	8.5	-	15.0	42.5	<u>42.5</u>	45.1	35.4	19.5
	50대	(18)	83.3	-	16.7	-	-	-	66.7	33.3	-	-	33.3	<u>66.7</u>	-	72.2	27.8	-
결혼 여부	기혼	(234)	43.6	26.5	<u>26.5</u>	2.1	1.3	25.8	<u>44.7</u>	22.0	6.1	1.5	21.4	40.8	<u>37.8</u>	43.6	36.8	<u>19.7</u>
	미혼	(166)	<u>60.2</u>	22.3	13.9	2.4	1.2	27.3	33.3	21.2	<u>16.7</u>	1.5	27.1	<u>56.3</u>	16.7	42.8	<u>50.0</u>	7.2
학력	중졸이하	(75)	<u>68.0</u>	21.3	6.7	1.3	2.7	-	<u>66.7</u>	20.8	12.5	-	<u>41.7</u>	41.7	16.7	49.3	45.3	5.3
	고졸	(158)	49.4	28.5	19.6	1.9	0.6	<u>41.3</u>	38.8	13.8	5.0	1.3	21.3	55.3	23.4	39.2	<u>50.6</u>	10.1
	대졸이상	(167)	43.7	22.8	<u>29.3</u>	3.0	1.2	20.2	36.2	28.7	12.8	2.1	18.7	41.3	<u>40.0</u>	44.3	32.9	<u>22.8</u>
한류 태도	호감	(99)	39.4	25.3	<u>30.3</u>	4.0	1.0	18.3	43.3	26.7	8.3	3.3	20.4	40.8	<u>38.8</u>	29.3	40.4	<u>30.3</u>
	보통	(224)	46.4	30.4	21.0	1.3	0.9	<u>33.3</u>	40.8	19.2	6.7	-	25.0	<u>50.0</u>	25.0	41.5	47.3	11.2
	비호감	(77)	<u>76.6</u>	7.8	10.4	2.6	2.6	5.6	33.3	22.2	<u>33.3</u>	5.6	23.5	41.2	35.3	<u>66.2</u>	29.9	3.9

(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임

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

- 한국 게임의 인지도는 74.7%(299명)이며, 경험률은 94.0%(281명)으로 높게 나타남
- 한국 게임에 대한 인지 및 경험 시기는 최근 1~2년 이내에서 매우 높음
- 최초 경험 후 소비 증가율은 11.0%(31명)이며, 최근 호감도는 10.3%(41명)로 낮은 수준임
- 한류 호감층에서 소비 증가율 및 최근 호감도가 높게 나타남

[그림 16-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]



[표 16-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]

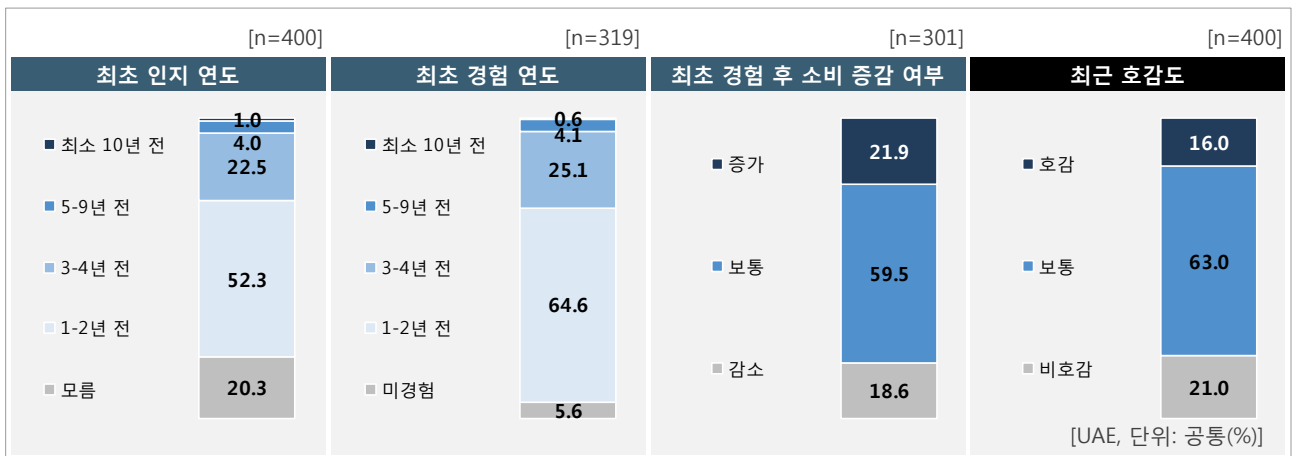
% (성별, 연령, 결혼여부, 학력, 한류태도)			1. 최초 인지도					2. 최초 경험 연도					3. 최초 경험 후 소비 증감 여부			4. 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		29.5	46.5	21.0	2.5	0.5	9.2	68.1	20.6	1.4	0.7	28.1	57.8	14.1	31.5	56.5	12.0
	여성 (200)		21.0	58.0	16.5	4.5	-	3.2	74.7	19.0	3.2	-	17.6	73.9	8.5	15.5	76.0	8.5
연령	15~19세 (100)		27.0	52.0	20.0	1.0	-	1.4	74.0	24.7	-	-	36.1	62.5	1.4	34.0	62.0	4.0
	20대 (100)		28.0	49.0	16.0	7.0	-	5.6	68.1	23.6	2.8	-	23.5	61.8	14.7	24.0	66.0	10.0
	30대 (100)		25.0	43.0	25.0	6.0	1.0	9.3	60.0	22.7	6.7	1.3	10.3	72.1	17.6	18.0	63.0	19.0
	40대 (82)		22.0	61.0	17.1	-	-	9.4	81.3	9.4	-	-	20.7	65.5	13.8	18.3	72.0	9.8
	50대 (18)		16.7	83.3	-	-	-	-	93.3	6.7	-	-	13.3	86.7	-	16.7	83.3	-
결혼여부	기혼 (234)		22.6	55.6	17.5	3.8	0.4	7.7	74.0	14.9	2.8	0.6	19.8	65.9	14.4	17.1	69.2	13.7
	미혼 (166)		28.9	47.6	20.5	3.0	-	3.4	67.8	27.1	1.7	-	26.3	67.5	6.1	32.5	62.0	5.4
학력	중졸이하 (75)		32.0	53.3	12.0	2.7	-	3.9	76.5	15.7	3.9	-	36.7	59.2	4.1	26.7	69.3	4.0
	고졸 (158)		32.9	46.2	17.7	3.2	-	7.5	69.8	22.6	-	-	22.4	69.4	8.2	24.1	67.7	8.2
	대졸이상 (167)		15.0	57.5	22.8	4.2	0.6	5.6	71.1	19.0	3.5	0.7	17.2	67.2	15.7	21.6	63.5	15.0
한류태도	호감 (99)		30.3	44.4	20.2	4.0	1.0	2.9	66.7	26.1	2.9	1.4	19.4	53.7	26.9	24.2	51.5	24.2
	보통 (224)		26.3	48.7	21.4	3.6	-	9.7	67.9	20.6	1.8	-	24.8	67.8	7.4	25.0	68.8	6.3
	비호감 (77)		15.6	72.7	9.1	2.6	-	-	86.2	10.8	3.1	-	20.0	76.9	3.1	18.2	77.9	3.9

(6) 한국 패션, 뷰티

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

- 한국 패션, 뷰티에 대한 인지도는 79.7%(319명)이며, 경험률은 94.4%(301명)으로 높음
- 한국 패션, 뷰티에 대한 인지 및 경험 시기는 최근 1~2년 이내라는 응답이 절반 이상으로 매우 높게 나타남
- 최초 경험 후, 소비 증가율은 21.9%(66명)이며, 최근 호감도는 16.0%(64명)임
- 남성, 40대, 기혼, 한류 호감층에서 최초 경험 후 소비 증가율 및 최근 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 16-15. 한국 패션, 뷰티]



[표 16-15. 한국 패션, 뷰티]

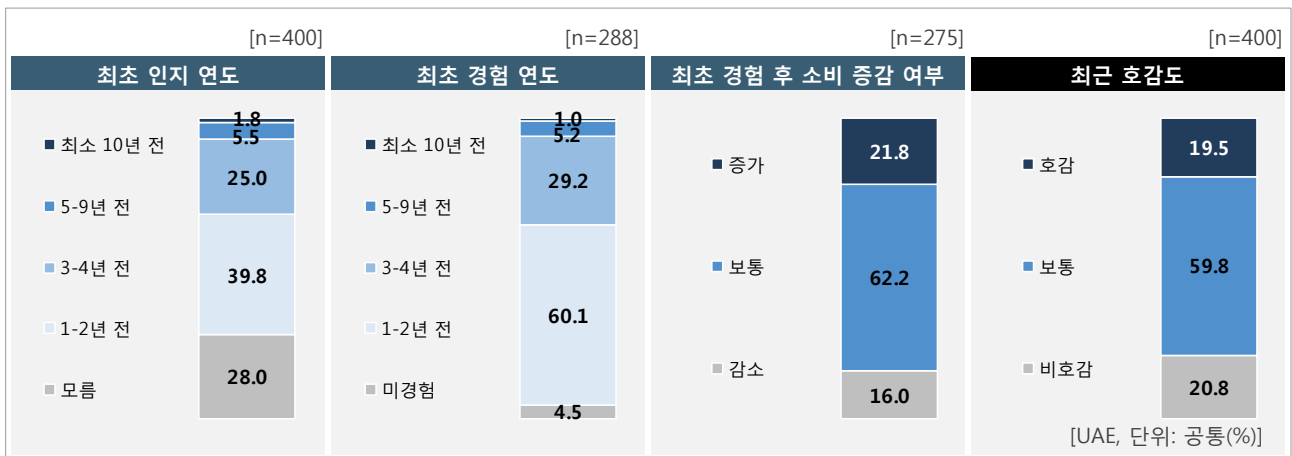
% (성별, 연령, 결혼여부, 학력, 한류태도)			1. 최초 인지도					2. 최초 경험 연도					3. 최초 경험 후 소비 증감 여부			4. 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		28.0	41.0	27.0	4.0	-	9.7	54.9	31.3	4.2	-	21.5	45.4	33.1	27.5	50.5	22.0
	여성 (200)		12.5	63.5	18.0	4.0	2.0	2.3	72.6	20.0	4.0	1.1	16.4	70.2	13.5	14.5	75.5	10.0
연령	15~19세 (100)		33.0	45.0	19.0	2.0	1.0	1.5	68.7	28.4	1.5	-	27.3	68.2	4.5	33.0	60.0	7.0
	20대 (100)		15.0	57.0	18.0	8.0	2.0	3.5	68.2	23.5	3.5	1.2	17.1	68.3	14.6	21.0	70.0	9.0
	30대 (100)		18.0	46.0	30.0	5.0	1.0	8.5	50.0	30.5	9.8	1.2	10.7	52.0	37.3	12.0	65.0	23.0
	40대 (82)		15.9	56.1	26.8	1.2	-	10.1	65.2	23.2	1.4	-	21.0	41.9	37.1	18.3	51.2	30.5
	50대 (18)		11.1	83.3	5.6	-	-	-	100.0	-	-	-	18.8	81.3	-	16.7	83.3	-
결혼여부	기혼 (234)		15.8	55.1	24.4	3.0	1.7	7.1	65.0	22.3	4.6	1.0	16.9	53.0	30.1	17.5	60.3	22.2
	미혼 (166)		26.5	48.2	19.9	5.4	-	3.3	63.9	29.5	3.3	-	21.2	69.5	9.3	25.9	66.9	7.2
학력	중졸이하 (75)		30.7	53.3	13.3	-	2.7	1.9	75.0	17.3	3.8	1.9	39.2	52.9	7.8	29.3	66.7	4.0
	고졸 (158)		26.6	47.5	22.8	2.5	0.6	3.4	64.7	30.2	1.7	-	16.1	64.3	19.6	19.6	65.8	14.6
	대졸이상 (167)		9.6	56.3	26.3	7.2	0.6	8.6	60.9	23.8	6.0	0.7	13.0	58.0	29.0	18.6	58.7	22.8
한류태도	호감 (99)		18.2	44.4	31.3	6.1	-	7.4	58.0	30.9	2.5	1.2	12.0	46.7	41.3	23.2	43.4	33.3
	보통 (224)		22.8	49.6	23.2	3.6	0.9	6.9	60.7	27.7	4.6	-	22.4	57.8	19.9	21.9	65.2	12.9
	비호감 (77)		15.6	70.1	9.1	2.6	2.6	-	83.1	10.8	4.6	1.5	16.9	78.5	4.6	15.6	81.8	2.6

(7) 한국 음식

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

- 한식의 인지도는 72.0%(288명)이며, 경험률은 95.5%(275명)로 나타남
- 한식에 대한 인지 시기는 최근 4년 이내에서 주로 나타나고 있으나, 한식에 대한 경험은 최근 1~2년 이내에서 높게 나타나고 있음
- 최초 경험 후 소비 증가율은 21.8%(60명)이며, 최근 호감도는 19.5%(78명)로 나타남
- 남성, 기혼, 한류 호감층에서 최초 경험 후 소비 증가율 및 최근 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 16-16. 한국 음식]



[표 16-16. 한국 음식]

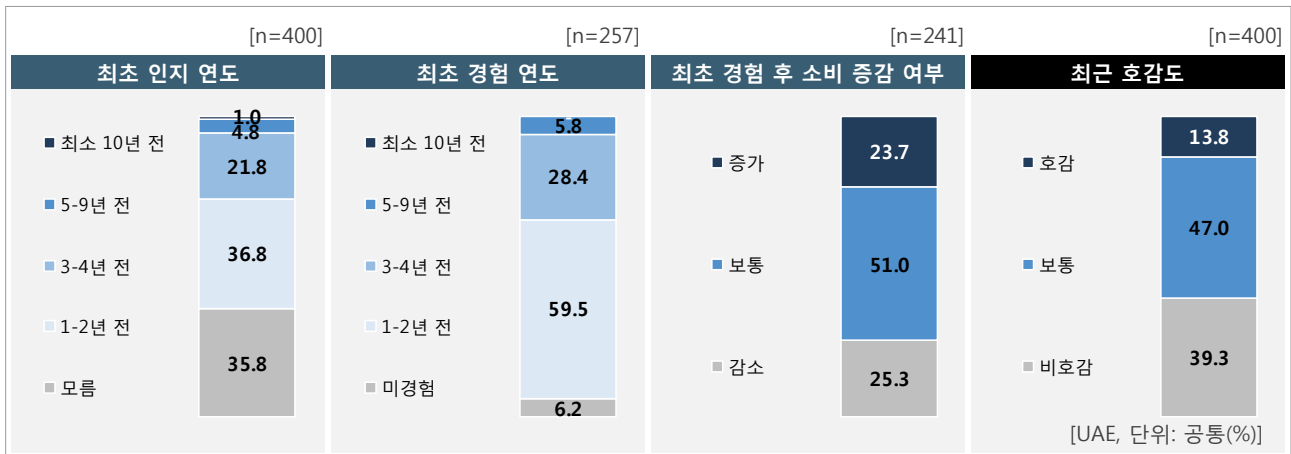
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	26.5	36.0	<u>30.5</u>	5.5	1.5	6.8	56.5	30.6	4.8	1.4	19.7	51.1	<u>29.2</u>	23.0	52.5	<u>24.5</u>
	여성	(200)	29.5	43.5	19.5	5.5	2.0	2.1	63.8	27.7	5.7	0.7	12.3	<u>73.2</u>	14.5	18.5	<u>67.0</u>	14.5
연령	15~19세	(100)	41.0	35.0	19.0	5.0	-	1.7	61.0	30.5	6.8	-	20.7	72.4	6.9	27.0	65.0	8.0
	20대	(100)	26.0	43.0	25.0	5.0	1.0	1.4	62.2	28.4	8.1	-	20.5	63.0	16.4	21.0	64.0	15.0
	30대	(100)	16.0	43.0	30.0	7.0	4.0	6.0	57.1	29.8	6.0	1.2	7.6	65.8	26.6	12.0	57.0	31.0
	40대	(82)	25.6	34.1	31.7	6.1	2.4	9.8	57.4	29.5	-	3.3	16.4	41.8	<u>41.8</u>	18.3	52.4	29.3
	50대	(18)	44.4	55.6	-	-	-	-	80.0	20.0	-	-	20.0	80.0	-	44.4	55.6	-
결혼 여부	기혼	(234)	22.2	40.6	<u>29.1</u>	6.0	2.1	6.0	59.9	28.0	4.9	1.1	17.5	55.0	<u>27.5</u>	20.9	53.4	<u>25.6</u>
	미혼	(166)	<u>36.1</u>	38.6	19.3	4.8	1.2	1.9	60.4	31.1	5.7	0.9	13.5	<u>74.0</u>	12.5	20.5	<u>68.7</u>	10.8
학력	중졸이하	(75)	38.7	44.0	13.3	2.7	1.3	2.2	67.4	26.1	4.3	-	20.0	<u>68.9</u>	11.1	22.7	66.7	10.7
	고졸	(158)	34.2	36.7	24.7	3.8	0.6	2.9	61.5	31.7	3.8	-	17.8	<u>68.3</u>	13.9	19.6	66.5	13.9
	대졸이상	(167)	17.4	40.7	30.5	8.4	3.0	6.5	56.5	28.3	6.5	2.2	13.2	55.0	<u>31.8</u>	21.0	50.3	<u>28.7</u>
한류 태도	호감	(99)	18.2	38.4	<u>36.4</u>	6.1	1.0	4.9	50.6	<u>39.5</u>	4.9	-	11.7	53.2	<u>35.1</u>	18.2	44.4	<u>37.4</u>
	보통	(224)	31.3	35.7	25.9	4.9	2.2	5.8	58.4	29.9	3.9	1.9	17.9	62.1	20.0	19.2	65.2	15.6
	비호감	(77)	31.2	53.2	7.8	6.5	1.3	-	<u>79.2</u>	11.3	9.4	-	17.0	<u>75.5</u>	7.5	<u>28.6</u>	63.6	7.8

(8) 한국 도서(출판물)

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

- 한국 도서에 대한 인지도는 64.2%(257명)이며, 경험률은 93.8%(241명)임
- 최초 경험 후 소비 증가율은 23.7%(57명)이며, 최근 호감도는 13.8%(55명)로 나타남
- 남성, 30~40대, 기혼, 한류 호감층에서 한국 출판물 경험 후 소비 증가와 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 16-17. 한국 도서(출판물)]



[표 16-17. 한국 도서(출판물)]

% (성별, 연령, 결혼여부, 학력, 한류태도)			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)		36.0	35.0	23.5	5.0	0.5	10.2	53.1	30.5	6.3	-	26.1	44.3	<u>29.6</u>	34.0	49.0	17.0
	여성 (200)		35.5	38.5	20.0	4.5	1.5	2.3	<u>65.9</u>	26.4	5.4	-	24.6	<u>57.1</u>	18.3	<u>44.5</u>	45.0	10.5
연령	15~19세 (100)		40.0	36.0	20.0	4.0	-	1.7	61.7	31.7	5.0	-	15.3	<u>72.9</u>	11.9	33.0	60.0	7.0
	20대 (100)		35.0	39.0	23.0	3.0	-	-	60.0	29.2	10.8	-	30.8	53.8	15.4	35.0	55.0	10.0
	30대 (100)		26.0	36.0	26.0	9.0	3.0	13.5	52.7	28.4	5.4	-	25.0	43.8	<u>31.3</u>	35.0	44.0	<u>21.0</u>
	40대 (82)		39.0	36.6	19.5	3.7	1.2	10.0	62.0	26.0	2.0	-	20.0	35.6	<u>44.4</u>	<u>45.1</u>	34.1	<u>20.7</u>
	50대 (18)		55.6	33.3	11.1	-	-	-	87.5	12.5	-	-	87.5	12.5	-	94.4	5.6	-
결혼여부	기혼 (234)		34.2	37.6	22.6	4.3	1.3	9.1	57.8	27.3	5.8	-	28.6	42.9	<u>28.6</u>	<u>44.9</u>	37.6	<u>17.5</u>
	미혼 (166)		38.0	35.5	20.5	5.4	0.6	1.9	62.1	30.1	5.8	-	20.8	<u>62.4</u>	16.8	31.3	<u>60.2</u>	8.4
학력	중졸이하 (75)		<u>44.0</u>	40.0	10.7	5.3	-	2.4	69.0	26.2	2.4	-	26.8	63.4	9.8	38.7	56.0	5.3
	고졸 (158)		39.9	36.1	22.2	1.3	0.6	5.3	62.1	29.5	3.2	-	18.9	57.8	23.3	29.7	58.2	12.0
	대졸이상 (167)		28.1	35.9	26.3	7.8	1.8	8.3	54.2	28.3	9.2	-	30.0	40.9	29.1	<u>48.5</u>	32.3	19.2
한류태도	호감 (99)		31.3	34.3	26.3	6.1	2.0	8.8	50.0	30.9	10.3	-	22.6	46.8	30.6	35.4	45.5	19.2
	보통 (224)		37.5	33.9	25.0	2.7	0.9	7.1	58.6	31.4	2.9	-	21.5	56.2	22.3	34.8	<u>51.3</u>	13.8
	비호감 (77)		36.4	<u>48.1</u>	6.5	9.1	-	-	<u>75.5</u>	16.3	8.2	-	<u>38.8</u>	42.9	18.4	57.1	36.4	6.5

4. 한류 콘텐츠별 정보 채널

Q3_1~Q3_3. 귀하께서 한국 대중문화 중 한국드라마/한국 영화/ 한국 음악 를 접하는 경로를 모두 선택해 주십시오.

- UAE는 전반적으로 YouTube, TV, 인터넷 카페, 블로그 등을 통해 한류 콘텐츠를 접하는 것으로 나타남
- 드라마, 영화, K-POP의 콘텐츠 모두 YouTube를 통한 접촉이 가장 많은 가운데, 드라마는 TV, 영화와 K-POP은 인터넷 카페, 블로그를 통한 접근이 2순위 경로로 높게 나타남

[표 16-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]

한류 콘텐츠별 정보 채널 %			드라마			영화			K-POP	
			1순위	2순위		1순위	2순위		1순위	2순위
전체 (211)			YouTube 등 (46.0%)	TV (28.9%)	(208)	YouTube 등 (41.3%)	인터넷 카페 블로그 등 (25.0%)	(315)	YouTube 등 (70.5%)	인터넷 카페 블로그 등 (16.2%)
성별	남성	(116)	YouTube 등 (50.9%)	TV (25.0%)	(124)	YouTube 등 (41.1%)	TV (29.8%)	(158)	YouTube 등 (62.7%)	인터넷 카페 블로그 등 (20.9%)
	여성	(95)	YouTube 등 (40.0%)	TV (33.7%)	(84)	YouTube 등 (41.7%)	인터넷 무료 다운로드 (35.7%)	(157)	YouTube 등 (78.3%)	인터넷 카페 블로그 등 (11.5%)
연령	15~19세	(37)	YouTube 등 (48.6%)	TV (35.1%)	(37)	인터넷 무료 다운로드 (48.6%)	YouTube 등 (37.8%)	(88)	YouTube 등 (76.1%)	인터넷 카페 블로그 등 (14.8%)
	20대	(55)	YouTube 등 (38.2%)	TV (38.2%)	(48)	YouTube 등 (37.5%)	인터넷 카페 블로그 등 (35.4%)	(71)	YouTube 등 (71.8%)	인터넷 카페 블로그 등 (19.7%)
	30대	(67)	YouTube 등 (53.7%)	TV (29.9%)	(63)	YouTube 등 (49.2%)	인터넷 무료 다운로드 (25.4%)	(74)	YouTube 등 (63.5%)	TV (21.6%)
	40대	(48)	YouTube 등 (41.7%)	TV (29.2%)	(56)	YouTube 등 (37.5%)	TV (23.2%)	(65)	YouTube 등 (64.6%)	인터넷 카페 블로그 등 (16.9%)
	50대	(4)	YouTube 등 (50.0%)	CD 등 (50.0%)	(4)	YouTube 등 (50.0%)	CD 등 (50.0%)	(17)	YouTube 등 (88.2%)	TV (5.9%)
결혼 여부	기혼	(140)	YouTube 등 (48.6%)	TV (22.1%)	(141)	YouTube 등 (46.1%)	TV (25.5%)	(183)	YouTube 등 (67.2%)	인터넷 카페 블로그 등 (18.0%)
	미혼	(71)	TV (42.3%)	YouTube 등 (40.8%)	(67)	인터넷 무료 다운로드 (41.8%)	YouTube 등 (31.3%)	(132)	YouTube 등 (75.0%)	인터넷 카페 블로그 등 (13.6%)
학력	중졸이하	(39)	YouTube 등 (53.8%)	TV (30.8%)	(27)	YouTube 등 (55.6%)	인터넷 카페, 블로그 등 (37.0%)	(58)	YouTube 등 (81.0%)	인터넷 카페 블로그 등 (12.1%)
	고졸	(79)	YouTube 등 (38.0%)	TV (29.1%)	(69)	YouTube 등 (31.9%)	인터넷 무료 다운로드 (31.9%)	(115)	YouTube 등 (73.0%)	인터넷 카페 블로그 등 (15.7%)
	대졸이상	(93)	YouTube 등 (49.5%)	TV (28.0%)	(112)	YouTube 등 (43.8%)	TV (26.8%)	(142)	YouTube 등 (64.1%)	인터넷 카페 블로그 등 (18.3%)
한류 태도	호감	(67)	YouTube 등 (71.6%)	TV (23.9%)	(76)	YouTube 등 (51.3%)	인터넷 카페 블로그 등 (31.6%)	(86)	YouTube 등 (64.0%)	인터넷 카페 블로그 등 (27.9%)
	보통	(124)	YouTube 등 (35.5%)	TV (30.6%)	(115)	YouTube 등 (36.5%)	인터넷 무료 다운로드 (26.1%)	(155)	YouTube 등 (67.7%)	TV (12.9%)
	비호감	(20)	TV (35.0%)	YouTube 등 (25.0%)	(17)	인터넷 유료 (35.3%)	인터넷 무료 다운로드 (29.4%)	(74)	YouTube 등 (83.8%)	인터넷 카페 블로그 등 (10.8%)

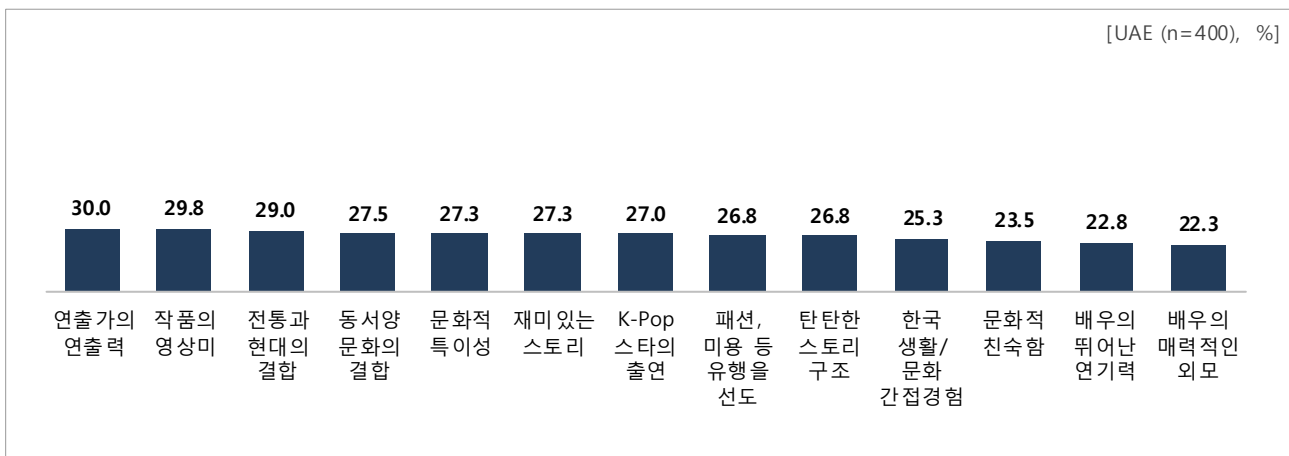
5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인

(1) 한국 드라마

Q9_1. 귀하께서는 한국 드라마의 인기요인이 무엇이라고 생각하십니까?

- 한국 드라마의 인기요인으로는 '연출가의 연출력'이 30.0%(120명)로 가장 높았으며, 그 외 '작품의 영상미', '전통과 현대의 결합'순으로 높게 나타남
- '연출가의 연출력'과 '작품의 영상미'는 남성, 30~40대, 기혼, 한류 호감층에서 인기요인으로 인식하는 비중이 상대적으로 높게 나타남

[그림 16-18. 한국 드라마 인기 요인]



[표 16-19. 한국 드라마 인기 요인]

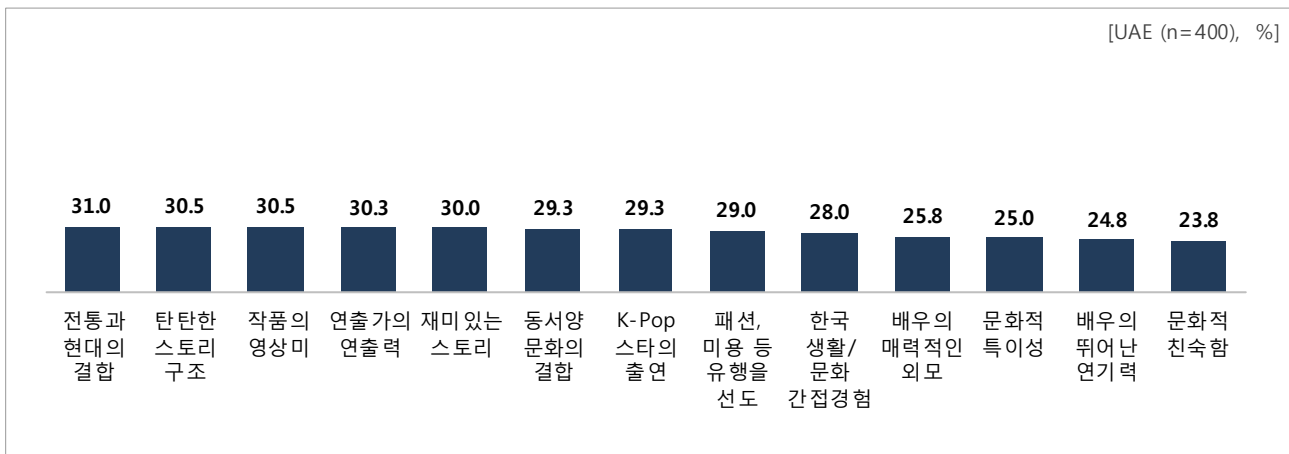
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (234)	미혼 (166)	중졸이하 (75)	고졸 (158)	대졸이상 (167)	호감 (99)	보통 (224)	비호감 (77)
연출가의 연출력	<u>37.5</u>	22.5	13.0	25.0	<u>48.0</u>	<u>40.2</u>	5.6	<u>39.3</u>	16.9	20.0	24.1	<u>40.1</u>	<u>46.5</u>	29.0	11.7
작품의 영상미(세련됨, 화려함)	<u>38.0</u>	21.5	14.0	26.0	<u>44.0</u>	<u>40.2</u>	11.1	<u>38.5</u>	17.5	14.7	29.1	<u>37.1</u>	<u>43.4</u>	29.9	11.7
전통과 현대의 결합	<u>35.5</u>	22.5	10.0	27.0	<u>50.0</u>	35.4	-	<u>38.5</u>	15.7	14.7	27.2	<u>37.1</u>	39.4	31.3	9.1
서양문화와 동양문화의 결합	<u>34.0</u>	21.0	15.0	24.0	<u>45.0</u>	31.7	-	<u>34.2</u>	18.1	13.3	22.8	<u>38.3</u>	38.4	27.2	14.3
문화적 특이성	<u>34.5</u>	20.0	13.0	22.0	<u>45.0</u>	35.4	-	<u>35.9</u>	15.1	17.3	27.8	31.1	34.3	29.5	11.7
재미있는 스토리	<u>34.5</u>	20.0	13.0	21.0	<u>46.0</u>	32.9	11.1	<u>37.2</u>	13.3	20.0	24.1	33.5	39.4	27.7	10.4
K-Pop 스타의 출연	<u>35.5</u>	18.5	9.0	25.0	<u>41.0</u>	<u>40.2</u>	-	<u>36.8</u>	13.3	17.3	22.8	<u>35.3</u>	<u>37.4</u>	28.6	9.1
패션, 미용 등 유행을 선도	<u>33.5</u>	20.0	9.0	19.0	<u>48.0</u>	37.8	-	<u>37.6</u>	11.4	16.0	24.1	<u>34.1</u>	35.4	28.6	10.4
탄탄한 스토리 구조	<u>33.0</u>	20.5	14.0	26.0	<u>44.0</u>	28.0	-	<u>33.3</u>	17.5	18.7	24.7	<u>32.3</u>	<u>40.4</u>	25.9	11.7
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	<u>34.0</u>	16.5	12.0	23.0	35.0	37.8	-	<u>33.8</u>	13.3	22.7	15.8	<u>35.3</u>	36.4	24.6	13.0
문화적 친숙함	<u>30.5</u>	16.5	7.0	19.0	37.0	36.6	5.6	<u>32.1</u>	11.4	16.0	22.8	27.5	29.3	25.0	11.7
배우의 뛰어난 연기력	<u>29.0</u>	16.5	8.0	20.0	34.0	31.7	16.7	<u>30.8</u>	11.4	17.3	15.2	<u>32.3</u>	38.4	20.5	9.1
배우의 매력적인 외모	<u>30.5</u>	14.0	6.0	24.0	31.0	32.9	5.6	<u>30.8</u>	10.2	17.3	13.3	<u>32.9</u>	35.4	20.5	10.4

(2) 한국 영화

Q9-2. 한국 영화의 인기요인은 무엇이라고 생각하십니까?

- 한국 영화의 인기요인은 '전통과 현대의 결합'이 31.0%(124명)로 가장 높았으며, 그 외 '탄탄한 스토리 구조', '작품의 영상미' 등의 순임
- 30~40대, 기혼, 한류 호감층에서 '전통과 현대의 결합'을 한국 영화의 주요 인기 요인으로 인식하는 경향이 두드러짐

[그림 16-19. 한국 영화 인기 요인]



[표 16-20. 한국 영화 인기 요인]

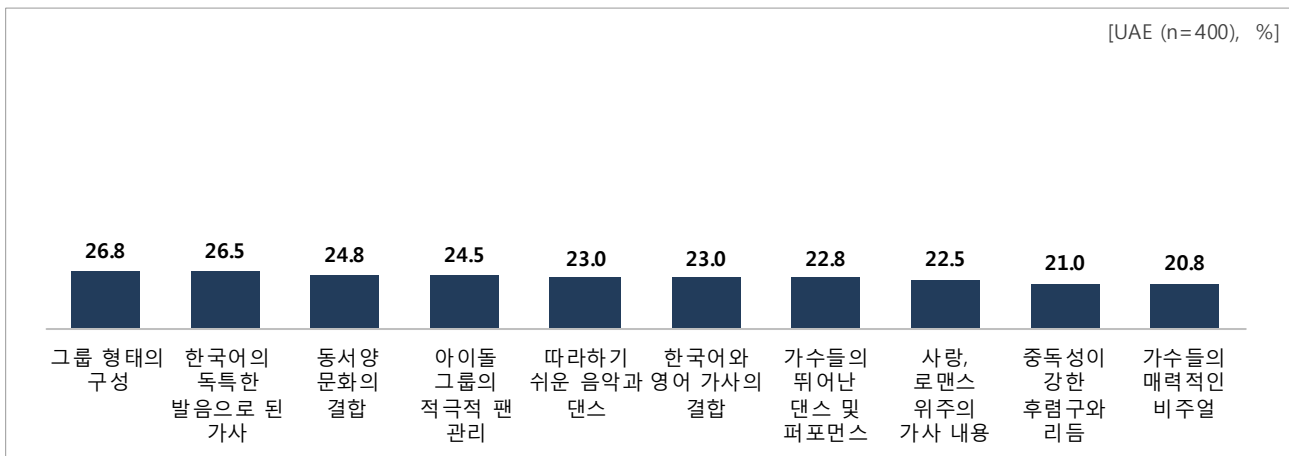
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸이하	고졸	대졸이상	호감	보통	비호감
	(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(82)	(18)	(234)	(166)	(75)	(158)	(167)	(99)	(224)	(77)
전통과 현대의 결합	32.5	29.5	16.0	34.0	41.0	40.2	-	39.3	19.3	25.3	24.7	39.5	52.5	27.7	13.0
탄탄한 스토리 구조	31.5	29.5	22.0	33.0	39.0	34.1	-	35.9	22.9	22.7	22.8	41.3	48.5	25.9	20.8
작품의 영상미(세련됨, 화려함)	32.0	29.0	17.0	30.0	43.0	39.0	-	36.3	22.3	20.0	24.1	41.3	52.5	25.4	16.9
연출가의 연출력	32.0	28.5	19.0	29.0	43.0	36.6	-	33.8	25.3	21.3	24.7	39.5	45.5	27.2	19.5
재미있는 스토리	31.0	29.0	17.0	33.0	41.0	35.4	-	35.0	22.9	24.0	22.8	39.5	43.4	29.0	15.6
서양문화와 동양문화의 결합	31.0	27.5	20.0	29.0	39.0	35.4	-	35.9	19.9	24.0	24.1	36.5	45.5	27.7	13.0
K-Pop 스타의 출연	32.5	26.0	19.0	32.0	35.0	36.6	5.6	34.6	21.7	16.0	23.4	40.7	49.5	26.8	10.4
패션, 미용 등 유행을 선도	30.5	27.5	17.0	33.0	37.0	35.4	-	34.2	21.7	25.3	23.4	35.9	42.4	27.2	16.9
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	31.0	25.0	16.0	32.0	36.0	32.9	5.6	32.9	21.1	16.0	19.6	41.3	44.4	26.8	10.4
배우의 매력적인 외모	32.0	19.5	17.0	26.0	32.0	34.1	-	31.6	17.5	18.7	19.0	35.3	46.5	23.7	5.2
문화적 특이성	24.5	25.5	16.0	20.0	41.0	26.8	5.6	30.3	17.5	21.3	19.6	31.7	37.4	24.6	10.4
배우의 뛰어난 연기력	27.0	22.5	16.0	26.0	31.0	30.5	5.6	28.6	19.3	21.3	16.5	34.1	42.4	23.7	5.2
문화적 친숙함	28.5	19.0	16.0	16.0	35.0	34.1	-	29.9	15.1	13.3	15.8	35.9	42.4	21.0	7.8

(3) 한국 음악(K-POP)

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

- K-POP의 인기 요인에 대해 '그룹 형태의 구성(다국적 멤버 참여 등)'이 26.8%(107명)로 가장 높았으며, 그 외 '한국어의 독특한 발음으로 된 가사', '서양문화와 동양문화의 결합' 순으로 확인 됨
- '그룹 형태의 구성(다국적 멤버 참여)' 및 '한국어의 독특한 발음으로 된 가사', '서양문화와 동양문화의 결합'은 기혼 남성, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 나타남

[그림 16-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]



[표 16-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]

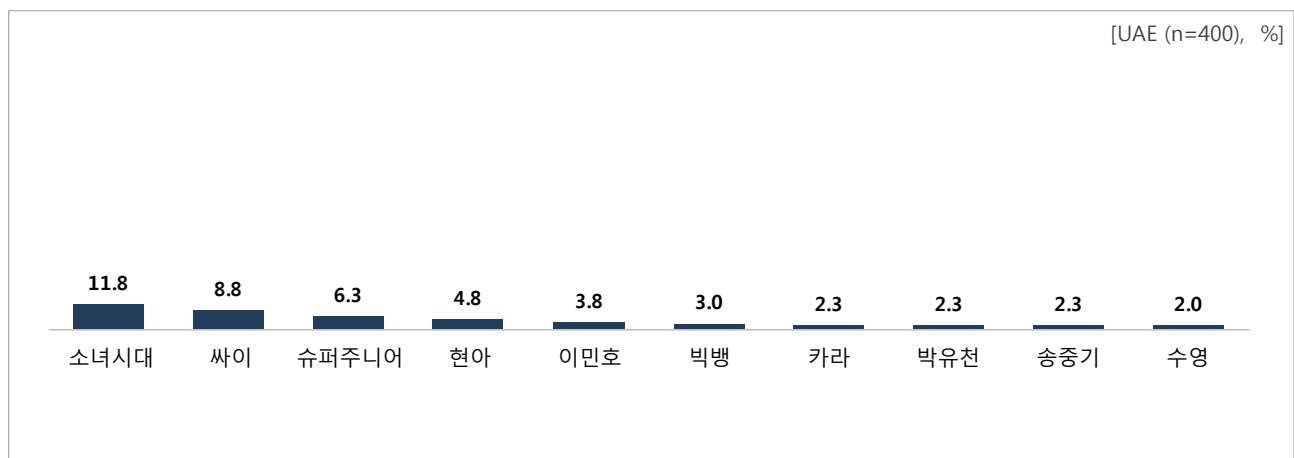
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (234)	미혼 (166)	중졸 이하 (75)	고졸 (158)	대졸 이상 (167)	호감 (99)	보통 (224)	비호감 (77)
그룹 형태의 구성(다국적 멤버 참여 등)	<u>33.0</u>	20.5	12.0	35.0	38.0	26.8	-	<u>30.8</u>	21.1	17.3	20.3	<u>37.1</u>	<u>48.5</u>	22.8	10.4
한국어의 독특한 발음으로 된 가사	30.0	23.0	14.0	33.0	37.0	26.8	-	<u>31.6</u>	19.3	14.7	18.4	<u>39.5</u>	<u>44.4</u>	21.4	18.2
서양문화와 동양문화의 결합	28.5	21.0	11.0	23.0	38.0	32.9	-	<u>29.5</u>	18.1	14.7	19.0	<u>34.7</u>	<u>35.4</u>	23.2	15.6
아이돌 그룹의 적극적 팬 관리	28.5	20.5	11.0	30.0	33.0	29.3	-	<u>29.5</u>	17.5	13.3	17.1	<u>36.5</u>	<u>43.4</u>	21.9	7.8
따라하기 쉬운 음악과 댄스	<u>30.5</u>	15.5	10.0	17.0	<u>36.0</u>	<u>35.4</u>	-	<u>29.1</u>	14.5	12.0	15.8	<u>34.7</u>	<u>39.4</u>	20.1	10.4
한국어와 영어 가사의 결합	<u>26.5</u>	19.5	12.0	24.0	<u>34.0</u>	26.8	-	<u>28.6</u>	15.1	14.7	19.6	<u>29.9</u>	<u>36.4</u>	21.4	10.4
가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스	<u>29.0</u>	16.5	9.0	22.0	<u>36.0</u>	28.0	5.6	<u>28.2</u>	15.1	10.7	17.1	<u>33.5</u>	<u>36.4</u>	22.3	6.5
사랑, 로맨스 위주의 가사 내용	24.5	20.5	13.0	24.0	31.0	25.6	5.6	<u>26.5</u>	16.9	13.3	16.5	<u>32.3</u>	<u>32.3</u>	21.9	11.7
중독성이 강한 후렴구와 리듬	<u>30.5</u>	11.5	9.0	17.0	32.0	31.7	-	<u>28.6</u>	10.2	9.3	12.0	<u>34.7</u>	<u>38.4</u>	18.8	5.2
가수들의 매력적인 비주얼(외모, 스타일)	25.5	16.0	9.0	20.0	32.0	26.8	-	<u>27.4</u>	11.4	12.0	13.3	<u>31.7</u>	<u>36.4</u>	18.3	7.8

6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타

Q10. 꼭 만나고 싶은 한류 스타는 누구입니까?

- 꼭 만나고 싶은 한류 스타로는 11.8%(47명)가 '소녀시대'를 언급하였으며,
그 외 '싸이', '슈퍼주니어' 순으로 나타남

[그림 16-21. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]



[표 16-22. 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 (82)	50대 (18)	미혼 (234)	기혼 (166)	중졸 이하 (75)	고졸 (158)	대졸 이상 (167)	호감 (99)	보통 (224)	비호감 (77)
소녀시대	11.8	7.0	16.5	11.0	17.0	7.0	8.5	<u>27.8</u>	10.3	13.9	<u>20.0</u>	10.1	9.6	-	13.4
싸이	8.8	7.0	8.0	7.0	10.0	9.8	11.1	10.3	4.0	7.6	8.1	8.0	11.7	34.3	34.3
슈퍼주니어	6.3	10.5	4.0	8.0	13.0	-	-	6.6	8.0	12.0	1.0	9.4	3.9		
현아	4.8	3.0	6.0	4.0	5.0	3.7	5.6	6.4	2.7	9.5	3.0	3.1	11.7	34.3	34.3
이민호	3.8	9.5	2.0	1.0	4.0	8.5	5.6	6.0	2.7	2.4	7.1	3.1	1.3	34.3	34.3
빅뱅	3.0	2.0	8.0	4.0	-	-	-	3.8	4.0	5.7	3.0	3.1	2.6	34.3	34.3
카라	2.3	4.0	0.5	1.0	1.0	3.0	4.9	-	3.0	1.2	-	3.2	2.4	-	3.6
박유천	2.3	2.5	3.0	2.0	3.0	1.2	-	3.0	-	1.9	4.0	2.2	-		
송중기	2.3	2.0	1.0	1.0	3.0	4.9	-	1.2	1.3	3.6	7.1	0.9	-		
수영	2.0	3.5	4.0	4.0	-	-	-	3.0	-	1.9	4.0	1.8	-	34.3	34.3

제16장 국가별 결과 분석 : UAE

Ⅲ. 한류의 효과

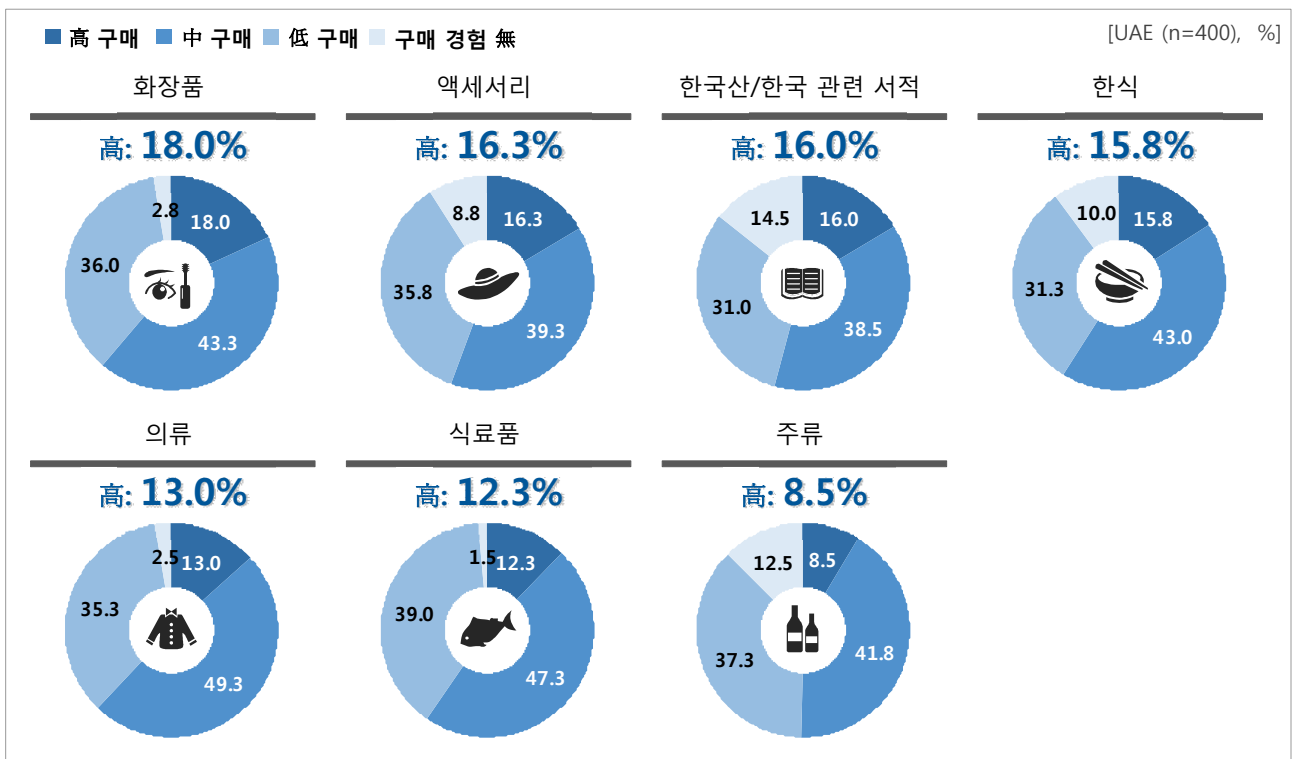
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도

(1) 생활용품 및 서비스

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

- UAE의 경우, 한국 '화장품'의 고구매율이 18.0%(72명)로 가장 높으며, 그 외 '액세서리', '서적', '한식' 순임
- '화장품'과 '액세서리'의 경우, 남성, 30~40대, 기혼 집단에서 고구매율이 높음

[그림 16-22. 생활용품 및 서비스 경험]



[표 16-23. 생활용품 및 서비스 경험]

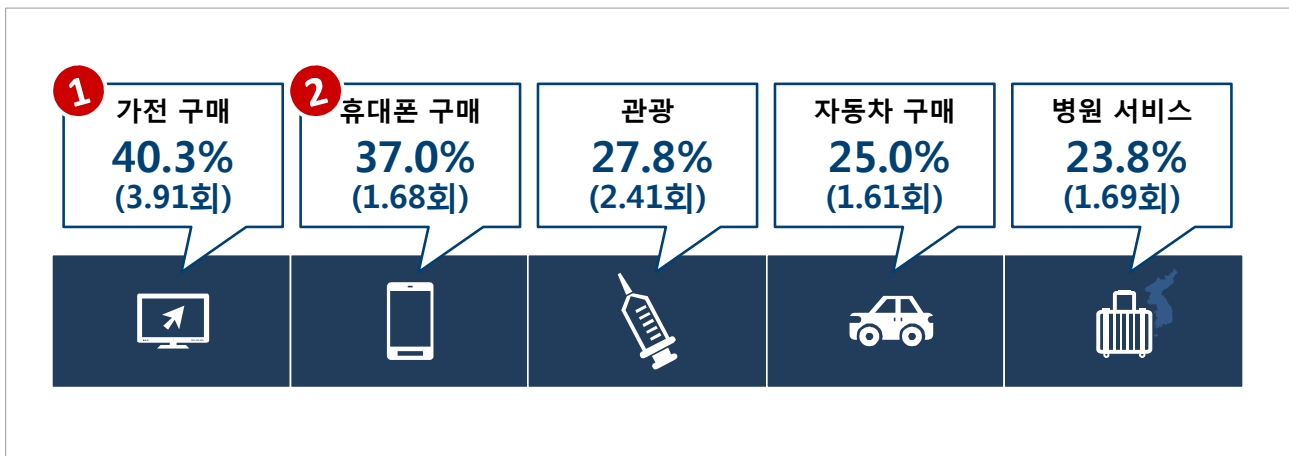
高 구매 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (234)	미혼 (166)	중졸 이하 (75)	고졸 (158)	대졸 이상 (167)	호감 (99)	보통 (224)	비호감 (77)
한국 화장품 구매	26.0	10.0	6.0	14.0	29.0	28.0	-	24.8	8.4	1.3	15.8	27.5	30.3	17.9	2.6
한국산 액세서리 구매	20.0	12.5	9.0	16.0	22.0	22.0	-	20.9	9.6	6.7	13.9	22.8	32.3	11.6	9.1
한국산 또는 한국 관련 서적 구매	22.0	10.0	6.0	18.0	22.0	22.0	-	21.4	8.4	4.0	12.7	24.6	26.3	15.2	5.2
한국 음식점에서 식사함	21.0	10.5	3.0	17.0	27.0	19.5	-	22.2	6.6	6.7	11.4	24.0	25.3	15.2	5.2
한국 의류 구매	21.5	4.5	2.0	7.0	27.0	19.5	-	18.4	5.4	1.3	6.3	24.6	23.2	12.9	-
한국 식료품을 구매	19.5	5.0	2.0	8.0	21.0	22.0	-	17.5	4.8	2.7	8.2	20.4	25.3	10.3	1.3
한국 주류(술) 구매	9.0	8.0	6.0	10.0	10.0	9.8	-	9.0	7.8	4.0	6.3	12.6	11.1	8.0	6.5

(2) 고가용품 및 서비스

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

- 고가 제품의 경우, '가전'의 구매율이 40.3%(161명), '휴대폰'의 구매율이 37.0%(148명)로 높게 나타남
- '가전'의 경우, 남성, 30~40대, 기혼, 집단에서 구매 경험률이 상대적으로 높음
- '휴대폰' 또한 남성, 40대, 기혼 집단에서 구매 경험률이 타 집단 대비 높게 나타남

[그림 16-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]



[표 16-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]

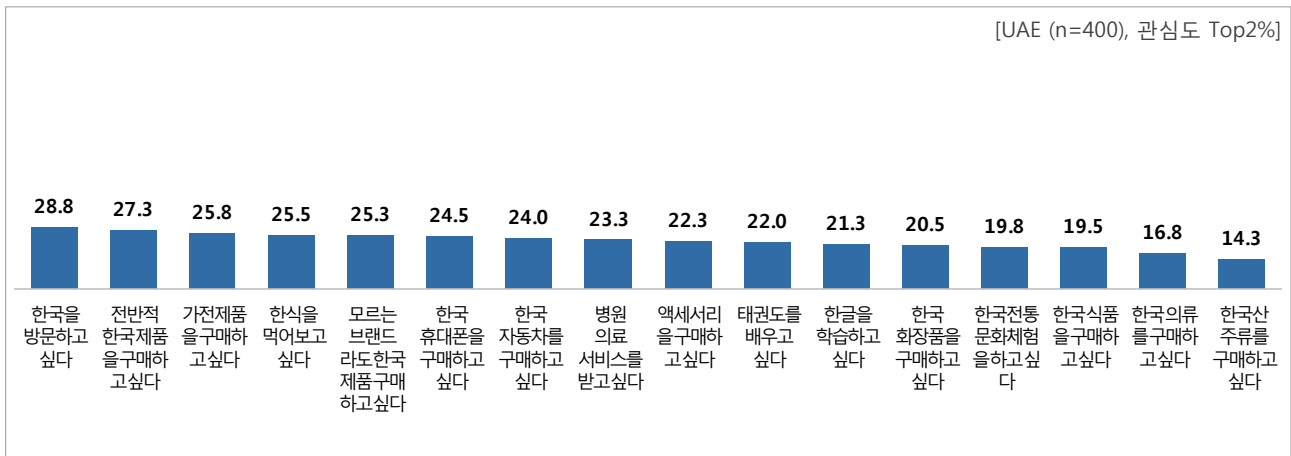
구매 및 경험정도 %	전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류 태도		
		남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (234)	미혼 (166)	중졸이하 (75)	고졸 (158)	대졸이상 (167)	호감 (99)	보통 (224)	비호감 (77)
가전 제품	40.3	<u>53.5</u>	27.0	26.0	32.0	<u>58.0</u>	<u>52.4</u>	11.1	<u>46.2</u>	31.9	25.3	41.1	<u>46.1</u>	<u>59.6</u>	40.6	14.3
<평균 - 회>	3.91	3.69	4.35	3.38	4.44	4.10	3.53	5.00	4.10	3.53	3.32	3.48	4.43	3.76	3.96	4.36
휴대폰	37.0	<u>50.5</u>	23.5	15.0	37.0	48.0	<u>56.1</u>	11.1	<u>44.9</u>	25.9	20.0	34.2	<u>47.3</u>	<u>56.6</u>	36.2	14.3
<평균 - 회>	1.68	1.68	1.68	1.47	1.57	1.88	1.67	1.00	1.73	1.56	1.33	1.39	1.95	1.82	1.62	1.45
병원 서비스	27.8	<u>34.5</u>	21.0	13.0	33.0	34.0	36.6	5.6	<u>32.9</u>	20.5	18.7	27.2	<u>32.3</u>	<u>35.4</u>	<u>30.4</u>	10.4
<평균 - 회>	2.41	2.62	2.07	3.00	2.03	2.35	2.67	2.00	2.39	2.47	2.14	2.53	2.39	3.11	2.18	1.38
자동차	25.0	<u>35.5</u>	14.5	3.0	25.0	32.0	<u>45.1</u>	16.7	<u>34.2</u>	12.0	6.7	20.3	<u>37.7</u>	<u>39.4</u>	25.0	6.5
<평균 - 회>	1.61	1.59	1.66	1.33	1.40	1.75	1.70	1.00	1.56	1.80	1.60	1.59	1.62	1.62	1.64	1.20
한국 관광	23.8	<u>30.0</u>	17.5	7.0	22.0	33.0	<u>40.2</u>	-	<u>30.8</u>	13.9	9.3	22.2	31.7	<u>37.4</u>	23.2	7.8
<평균 - 회>	1.69	1.63	1.80	1.86	1.73	1.58	1.76	1.67	1.78	3.14	1.43	1.68	1.67	1.65	1.65	2.33

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 한국제품 및 서비스 이용에 대해 '한국을 방문하고 싶다'가 28.8%(115명)으로 가장 높았으며, 그 외 '전반적 한국제품을 구매하고 싶다', 가전제품 구매하고 싶다' 순임
- 전반적으로 남성, 30~40대, 기혼, 한류 호감층에서 한국 제품 및 서비스에 대한 관심도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 16-24. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]



[표 16-25. 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 (82)	50대 (18)	기혼 (234)	미혼 (166)	중졸이하 (75)	고졸 (158)	대졸이상 (167)	호감 (99)	보통 (224)	비호감 (77)
한국을 방문하고 싶다	<u>35.5</u>	22.0	9.0	26.0	<u>42.0</u>	<u>45.1</u>	5.6	<u>39.3</u>	13.9	12.0	20.9	<u>43.7</u>	<u>48.5</u>	26.3	10.4
전반적 한국 제품을 구매하고 싶다	<u>33.5</u>	21.0	8.0	22.0	<u>42.0</u>	<u>42.7</u>	11.1	<u>37.2</u>	13.3	12.0	20.9	<u>40.1</u>	<u>43.4</u>	27.2	6.5
가전제품을 구매하고 싶다	<u>32.0</u>	19.5	8.0	22.0	38.0	42.7	-	<u>36.3</u>	10.8	16.0	19.0	<u>36.5</u>	<u>49.5</u>	19.2	14.3
한식을 먹어보고 싶다	<u>31.0</u>	20.0	7.0	24.0	41.0	36.6	-	<u>35.5</u>	11.4	18.7	16.5	<u>37.1</u>	<u>42.4</u>	21.9	14.3
모르는 브랜드 라도 한국제품 구매 하고 싶다	<u>33.5</u>	17.0	9.0	24.0	38.0	36.6	-	<u>32.5</u>	15.1	8.0	20.3	<u>37.7</u>	<u>43.4</u>	23.2	7.8
한국 휴대폰을 구매하고 싶다	<u>32.0</u>	17.0	7.0	26.0	37.0	32.9	5.6	<u>33.3</u>	12.0	10.7	16.5	<u>38.3</u>	<u>44.4</u>	20.5	10.4
한국자동차를 구매하고 싶다	28.5	19.5	9.0	25.0	<u>37.0</u>	29.3	5.6	<u>32.1</u>	12.7	10.7	17.1	<u>36.5</u>	<u>39.4</u>	21.9	10.4
병원 의료서비스를 받고 싶다	27.0	19.5	7.0	23.0	33.0	31.7	22.2	<u>30.8</u>	12.7	6.7	15.8	<u>37.7</u>	<u>40.4</u>	21.0	7.8
액세서리를 구매하고 싶다	26.5	18.0	13.0	21.0	32.0	28.0	-	<u>27.8</u>	14.5	17.3	19.0	<u>27.5</u>	<u>36.4</u>	18.8	14.3
태권도를 배우고 싶다	27.5	16.5	7.0	24.0	33.0	29.3	-	<u>30.3</u>	10.2	5.3	17.7	<u>33.5</u>	<u>40.4</u>	18.8	7.8
한글을 학습하고 싶다	<u>27.5</u>	15.0	8.0	23.0	33.0	25.6	-	<u>28.2</u>	11.4	10.7	18.4	<u>28.7</u>	<u>32.3</u>	21.0	7.8
한국 화장품을 구매하고 싶다	<u>25.0</u>	16.0	9.0	16.0	33.0	26.8	11.1	<u>27.4</u>	10.8	9.3	17.1	<u>28.7</u>	<u>33.3</u>	20.5	3.9
한국전통문화체험을 하고 싶다	<u>26.5</u>	13.0	4.0	21.0	29.0	30.5	-	<u>29.1</u>	6.6	4.0	15.2	<u>31.1</u>	<u>38.4</u>	17.9	1.3
한국 식품을 구매하고 싶다	<u>26.5</u>	12.5	3.0	20.0	28.0	32.9	-	<u>28.2</u>	7.2	6.7	10.8	<u>33.5</u>	<u>41.4</u>	15.2	3.9
한국 의류를 구매하고 싶다	<u>21.0</u>	12.5	4.0	12.0	30.0	25.6	-	<u>24.4</u>	6.0	9.3	12.7	<u>24.0</u>	<u>34.3</u>	14.3	1.3
한국산 주류를 구매하고 싶다	16.5	12.0	9.0	18.0	19.0	12.2	5.6	16.2	11.4	10.7	12.0	<u>18.0</u>	<u>21.2</u>	12.5	10.4

제16장 국가별 결과 분석 : UAE

IV. 한류의 지속성 및 개선점

1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항

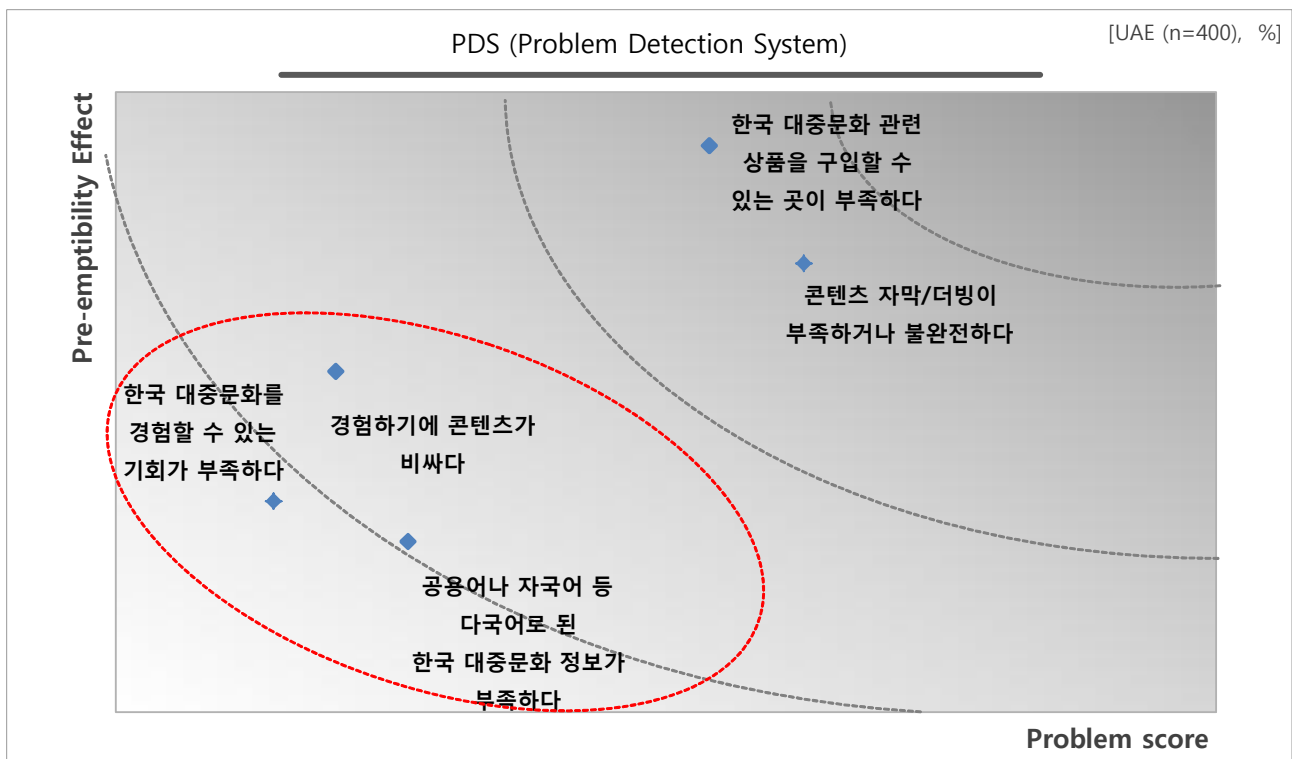
Q7_4. 한국 대중문화를 이용하는 데 다음 항목들이 얼마나 불편 하십니까?

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?

- UAE에서는 '한류 체험기회 부족'과 '비싼 콘텐츠 가격'이 불편사항으로 가장 많이 언급되고 있으며, 3차 대비 상승폭이 높게 나타남
- 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 16-25. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항]



☞ Problem score = SQRT (문제심각성 * 문제발생빈도)

Pre-emptibility Effect = 시중에 해결제품이 없다는 응답비율

[표 16-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]

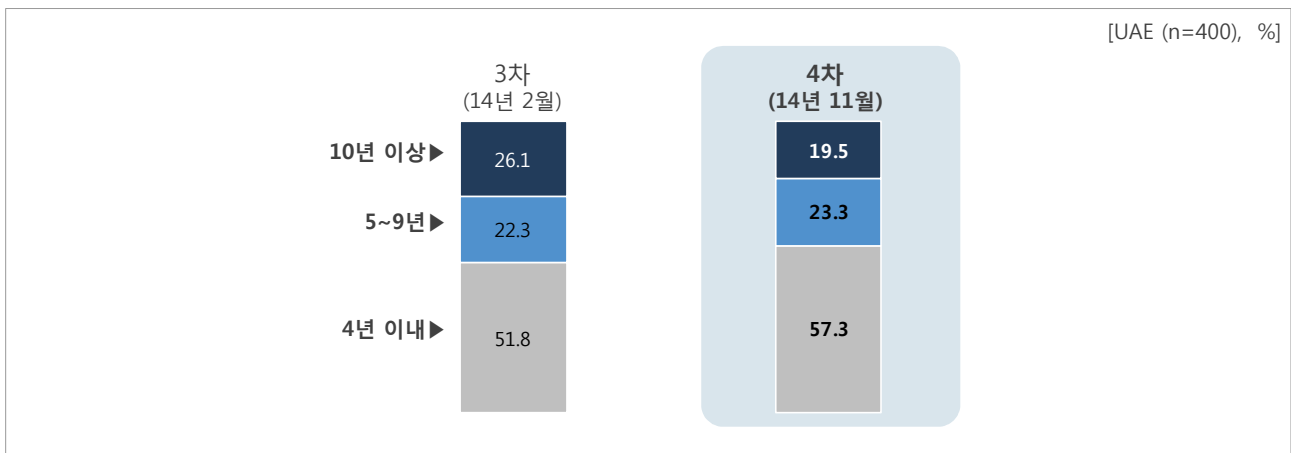
불편사항 Top2%		전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
			남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감
			(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(82)	(18)	(234)	(166)	(75)	(158)	(167)	(99)	(224)	(77)
한류 체험 기회 부족	3차	47.0	49.0	45.0	42.0	57.0	43.0	46.0	-	44.2	50.3	16.7	46.8	49.4	49.5	44.7	45.0
	4차	72.8	65.5	<u>80.0</u>	70.0	73.0	75.0	70.7	83.3	73.1	72.3	76.0	74.7	69.5	64.6	72.8	<u>83.1</u>
비싼 콘텐츠 가격	3차	27.0	28.5	25.5	31.0	20.0	27.0	30.0	-	26.7	27.3	16.7	24.8	29.0	29.5	25.3	20.0
	4차	69.8	60.5	<u>79.0</u>	69.0	72.0	69.0	65.9	83.3	71.8	66.9	70.7	71.5	67.7	55.6	71.0	<u>84.4</u>
공용어나 자국어로 된 한국 대중문화 정보 부족	3차	45.3	45.0	45.5	26.0	46.0	53.0	56.0	-	49.8	39.9	27.8	37.6	51.0	55.3	36.8	30.0
	4차	65.0	55.5	<u>74.5</u>	60.0	<u>72.0</u>	64.0	61.0	77.8	66.7	62.7	70.7	68.4	59.3	48.5	65.6	<u>84.4</u>
한국대중문화 상품 구입처부족	3차	48.5	49.5	47.5	50.0	50.0	46.0	48.0	-	46.5	50.8	27.8	52.5	47.7	54.7	41.1	60.0
	4차	60.5	<u>64.5</u>	56.5	<u>68.0</u>	54.0	<u>67.0</u>	57.3	33.3	57.7	<u>64.5</u>	58.7	70.3	52.1	59.6	<u>64.3</u>	50.6
콘텐츠 자막/더빙이 불완전함	3차	42.0	46.0	38.0	48.0	42.0	38.0	40.0	-	39.2	45.4	22.2	45.4	41.5	44.7	38.9	45.0
	4차	55.3	<u>63.5</u>	47.0	<u>61.0</u>	54.0	<u>63.0</u>	48.8	16.7	53.0	<u>58.4</u>	50.7	64.6	48.5	63.6	60.7	28.6

2. 한류 지속 여부

Q15_1. 귀하께서는 한류의 인기가 얼마나 오랫동안 지속될 것이라고 보십니까?

- 4년 이내 한류의 인기가 끝날 것이라는 의견은 57.3%(229명)로 3차 조사 이후 소폭 상승하였으며, 10년 이상 지속될 것이라는 의견은 19.5%(78명)로 3차 조사 대비 하락함
- 남성, 15~19세 연령층 집단에서는 한류의 인기가 4년 이내 끝날 것이라고 응답한 반면, 여성, 40대, 기혼 집단에서는 한류의 인기가 10년 이상 지속 될 것이라는 인식이 상대적으로 높게 나타남

[그림 16-26. 한류 지속 여부]



[표 16-27. 한류 지속 여부]

한류 지속 여부 %			4년 이내		5~9년		10년 이상	
			3차	4차	3차	4차	3차	4차
성별	남성	(200)	48.0	<u>76.0</u>	23.5	11.5	28.5	12.5
	여성	(200)	55.5	38.5	21.0	<u>35.0</u>	23.5	<u>26.5</u>
연령	15~19세	(100)	63.0	<u>70.0</u>	20.0	21.0	17.0	9.0
	20대	(100)	45.0	59.0	26.0	29.0	29.0	12.0
	30대	(100)	54.0	56.0	17.0	19.0	29.0	25.0
	40대	(82)	45.0	51.2	26.0	18.3	29.0	<u>30.5</u>
	50대	(18)	-	11.1	-	50.0	-	38.9
결혼 여부	기혼	(234)	49.8	53.4	22.6	21.8	27.7	<u>24.8</u>
	미혼	(166)	54.1	62.7	21.9	25.3	24.1	12.0
학력	중졸이하	(75)	55.5	<u>68.0</u>	16.7	24.0	27.8	8.0
	고졸	(158)	56.7	<u>65.8</u>	22.7	20.9	20.6	13.3
	대졸이상	(167)	48.5	44.3	22.4	25.1	29.0	<u>30.5</u>
한류 태도	호감	(99)	46.8	<u>73.7</u>	21.1	9.1	40.6	17.2
	보통	(224)	56.4	62.1	24.2	24.1	19.5	13.8
	비호감	(77)	55.0	22.1	15.0	<u>39.0</u>	30.0	<u>39.0</u>

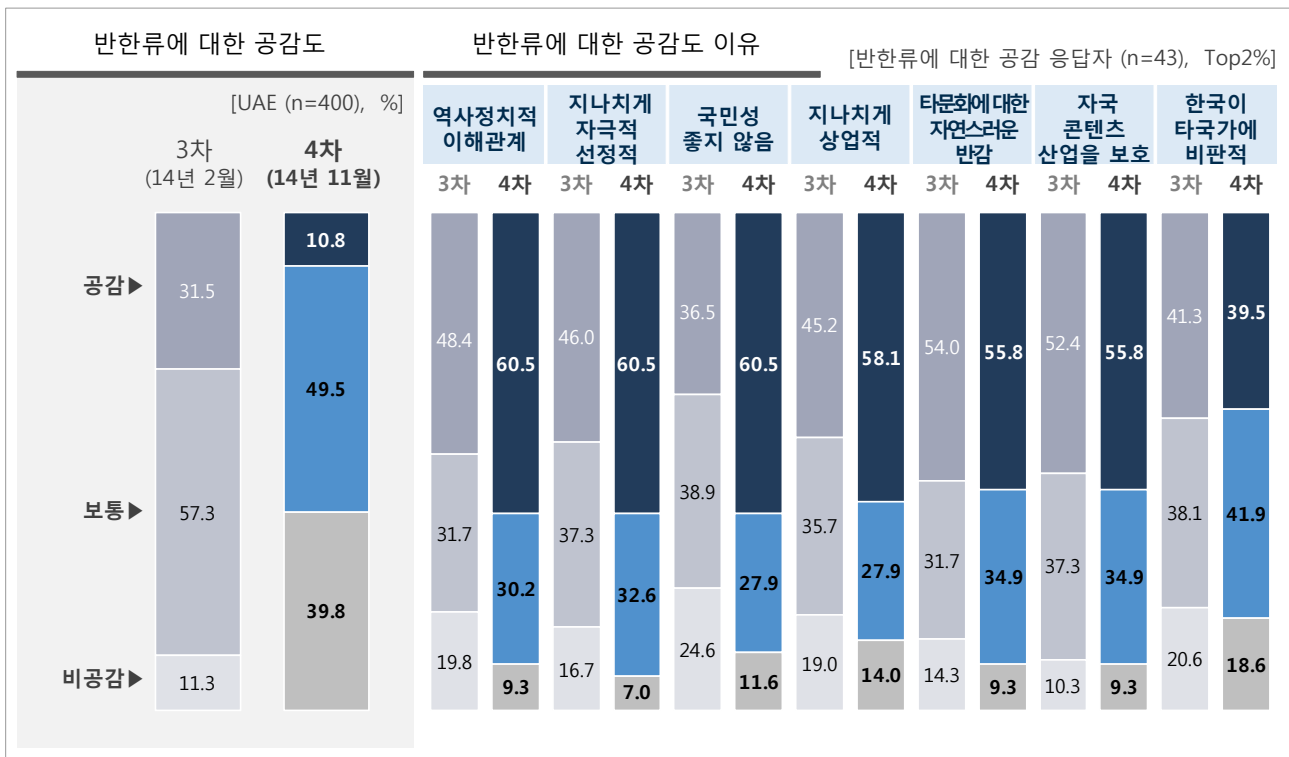
3. 반한류 공감도

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?

- UAE의 반한류 공감도는 10.8%(43명)로 3차 조사 대비 큰 폭으로 감소함
- 반한류에 대한 공감이유는 '역사/정치적 이해관계'가 가장 높게 나타났으며, 그 외 '지나치게 자극적, 선정적', '국민성 좋지 않음' 순임
- 남성, 30~40대, 기혼 집단에서 반한류에 대한 공감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 16-27. 반 한류 공감도와 이유]



[표 16-28. 반 한류 공감도와 이유]

반한 시위 공감율(Top2%)					역사적 정치적 이해관계		지나치게 자극적 선정적		국민성 좋지 않음		지나치게 상업적		타문화에대한 자연스러운 반감		자국 콘텐츠산업 보호		한국이 타국가에 비판적	
					3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차
전체 (400) 10.8				(43)	48.4	60.5	46.0	60.5	36.5	60.5	45.2	58.1	54.0	55.8	52.4	55.8	41.3	39.5
성별	남성	(200)	16.5	(33)	50.7	69.7	58.0	57.6	40.6	66.7	44.9	69.7	60.9	60.6	62.3	60.6	43.5	45.5
	여성	(200)	5.0	(10)	45.6	30.0	31.6	70.0	31.6	40.0	45.6	20.0	45.6	40.0	40.4	40.0	38.6	20.0
연령	15~19세	(100)	4.0	(4)	35.7	25.0	45.2	50.0	26.2	25.0	47.6	25.0	35.7	25.0	42.9	50.0	40.5	25.0
	20대	(100)	9.0	(9)	56.7	33.3	46.7	77.8	50.0	55.6	53.3	55.6	66.7	55.6	63.3	33.3	46.7	11.1
	30대	(100)	17.0	(17)	50.0	76.5	57.1	58.8	39.3	58.8	42.9	64.7	60.7	58.8	60.7	58.8	42.9	52.9
	40대	(82)	15.9	(13)	57.7	69.2	34.6	53.8	34.6	76.9	34.6	61.5	61.5	61.5	46.2	69.2	34.6	46.2
결혼 여부	50대	(18)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	기혼	(234)	14.5	(34)	54.7	67.6	50.0	64.7	42.2	67.6	39.1	64.7	62.5	61.8	56.3	61.8	45.3	47.1
학력	미혼	(166)	5.4	(9)	41.9	33.3	41.9	44.4	30.6	33.3	51.6	33.3	45.2	33.3	48.4	33.3	37.1	11.1
	중졸이하	(75)	6.7	(5)	37.5	60.0	37.5	80.0	62.5	60.0	50.0	40.0	25.0	60.0	37.5	60.0	50.0	40.0
	고졸	(158)	8.2	(13)	37.0	53.8	43.5	46.2	23.9	61.5	47.8	46.2	39.1	30.8	41.3	53.8	34.8	38.5
	대졸이상	(167)	15.0	(25)	56.9	64.0	48.6	64.0	41.7	60.0	43.1	68.0	66.7	68.0	61.1	56.0	44.4	40.0
한류 태도	호감	(99)	23.2	(23)	54.9	65.2	47.6	65.2	37.8	60.9	46.3	65.2	54.9	73.9	53.7	60.9	48.8	39.1
	보통	(224)	7.6	(17)	36.6	58.8	41.5	58.8	36.6	70.6	41.5	58.8	56.1	41.2	51.2	58.8	29.3	47.1
	비호감	(77)	3.9	(3)	33.3	33.3	66.7	33.3	-	-	66.7	-	-	-	33.3	-	-	-

4. 요약 및 결론

- UAE에서의 한국 대표이미지는 영화가 14.5%(58명)로 1위이며, 그 외 한식, IT 첨단 산업 순으로 높음
- 한국에 대해 문화 강국이라는 인식이 36.5%(146명)으로 가장 높고, 부유한 나라, 협력국이라는 인식도 높게 나타남
- 한국문화 콘텐츠 중, 영화 소비량이 32.3%(129명)로 1위, 그 외 음악, 드라마의 순임
- 한국 콘텐츠의 대중적 인기도는 영화와 음악이 15.5%(62명), 패션뷰티, 게임 등의 대중적 인기도는 14%정도 수준으로 낮으나, 최근 1~2년 이내에 한국 문화 콘텐츠를 접했다는 응답이 높게 나타나 향후 성장 가능성이 높음
- 이와 관련하여 한국 문화 관심도 및 소비지출 의향에 대해서도 한국문화의 관심도와 소비지출 의향이 유지 혹은 증가할 것이라는 평가가 80%를 상회하는 수준으로 높음
- 한류 인지도는 48.8%(195명), 용어 호감도는 24.8%(99명)로 한류 인지도는 지난 조사 대비 상승한 반면, 호감도는 하락함
- 한류 대표 콘텐츠로는 K-POP, 영화, 패션, 미용이 언급된 가운데, UAE에서 한류는 콘텐츠별로 전반적으로 50~60% 수준의 인지도 및 경험률을 보이고 있으며, 최근을 기점으로 UAE에서 한류가 서서히 확산되고 있는 것으로 보임
- 한류 콘텐츠의 주 소비 채널은 YouTube와 인터넷 카페, 블로그와 같은 인터넷 무료 채널과 TV임
- 드라마는 연출가의 연출력, 작품의 영상미가 주 인기요인이며, 영화는 전통과 현대의 결합, 탄탄한 스토리 구조가, K-POP은 그룹 형태의 구성(다국적 멤버 참여) 및 한국어의 독특한 발음으로 된 가사가 주된 인기 요인으로 언급 됨
- 한국 제품에 대한 경험은 화장품이 18.0%(72명)이 가장 높고, 액세서리, 서적, 한식 순으로 나타남
- 한국 고가용품에 대해서도 가전구매 40.3%(161명), 휴대폰 구매 37.0%(148명)가 높았으며, 향후 한국 방문의도 및 가전제품 구매의도, 전반적 한국제품 구매의도 등이 30% 수준으로 나타남
- 한류 이용 시 한UAE에서는 '한류 체험기회 부족'과 '비싼 콘텐츠 가격'이 불편사항으로 가장 많이 언급되고 있음
- 한류의 인지도는 4년 이내에 끝날 것이라는 의견이 57.8%(231명)로 지난 3차 조사 이후 소폭 상승하였으며, 반한류 공감도는 10.8%(43명)로 주로 역사적, 정치적 이해관계 및 지나치게 자극적, 선정적이라는 점 때문에 반 한류에 대해 공감하고 있음
- UAE의 경우, 최근 1~2년 이내 한류 콘텐츠가 급격하게 확장되고 있는 나라이나, 한류의 지속성에 대한 부정적인 의견이 높으므로 해당 국가 내 한류확산을 위한 노력이 필요할 것으로 사료 됨