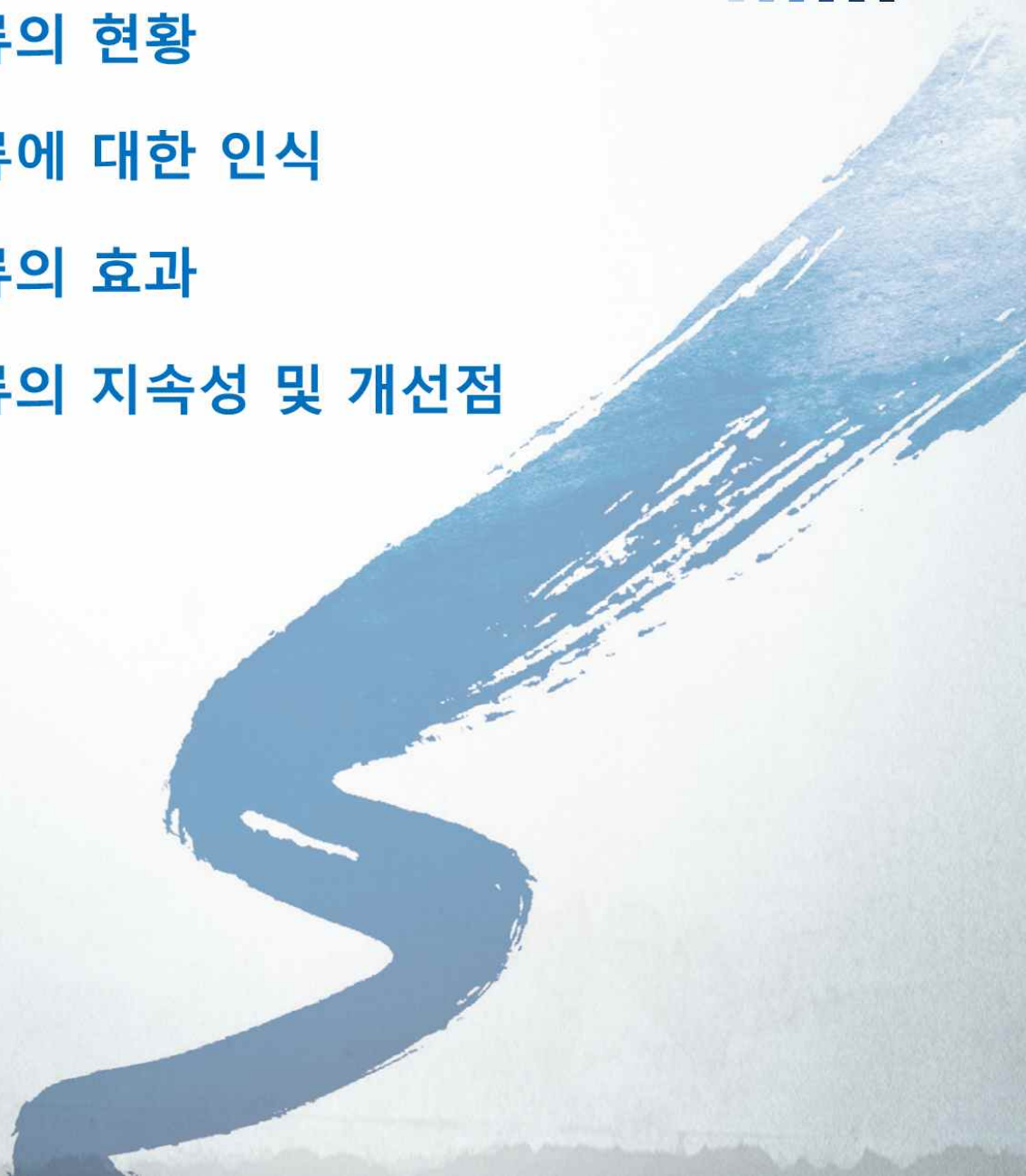


제17장 국가별 결과 분석 : 남아공



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



목 차

제17장 국가별 결과 분석 : 남아공	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 17-1. 한국 연상 이미지]	1
[표 17-2. 한국에 대한 인식]	2
[표 17-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]	3
[표 17-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]	4
[표 17-5. 한국문화상품 관심도]	5
[표 17-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]	6
[표 17-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]	7
[표 17-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]	8
[표 17-9. 한류 대표 콘텐츠]	9
[표 17-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]	10
[표 17-11. 한국 영화]	11
[표 17-12. 한국 음악(K-POP)]	12
[표 17-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]	13
[표 17-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]	14
[표 17-15. 한국 패션, 뷰티]	15
[표 17-16. 한국 음식]	16
[표 17-17. 한국 도서(출판물)]	17
[표 17-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]	18
[표 17-19. 한국 드라마 인기 요인]	19
[표 17-20. 한국 영화 인기 요인]	20
[표 17-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]	21
[표 17-22. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]	22
[표 17-23. 생활용품 및 서비스 경험]	23
[표 17-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]	24
[표 17-25. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]	25
[표 17-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]	27
[표 17-27. 한류 지속 여부]	28
[표 17-28. 반 한류 공감도와 이유]	29

<그림 차례>

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

제17장 국가별 결과 분석 : 남아공

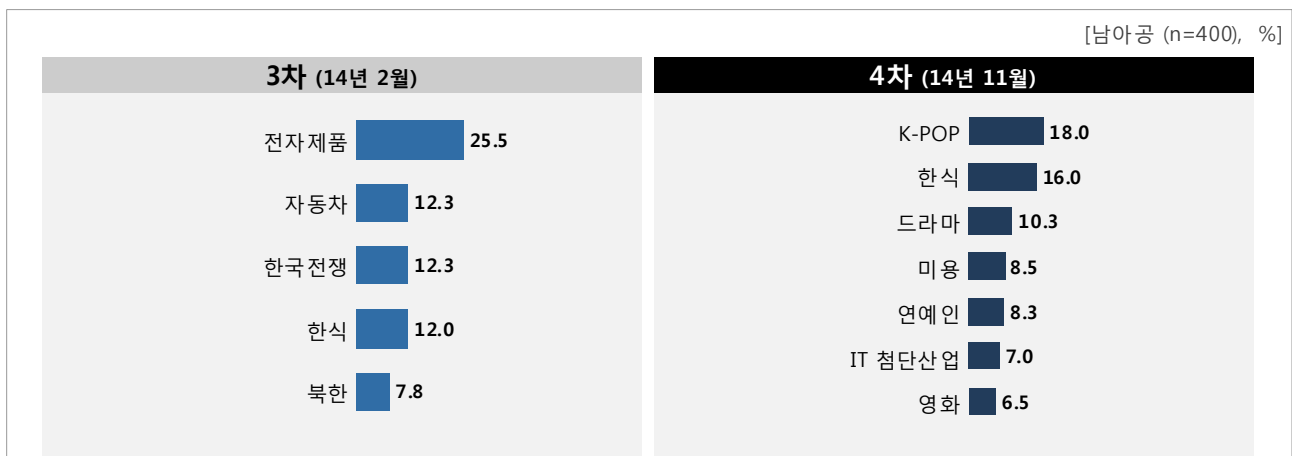
I. 한류의 현황

1. 한국 연상 이미지

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

- 한국의 대표 연상이미지로 K-POP이 18.0%(72명)으로 가장 높았으며, 그 외 한식, 드라마 순으로 나타남
- K-POP은 10~20대에서 연상되는 빈도가 높았으며, 한식은 여성, 50대, 기혼집단에서 상대적으로 높게 나타남

[그림 17-1. 한국 연상 이미지]



[표 17-1. 한국 연상 이미지]

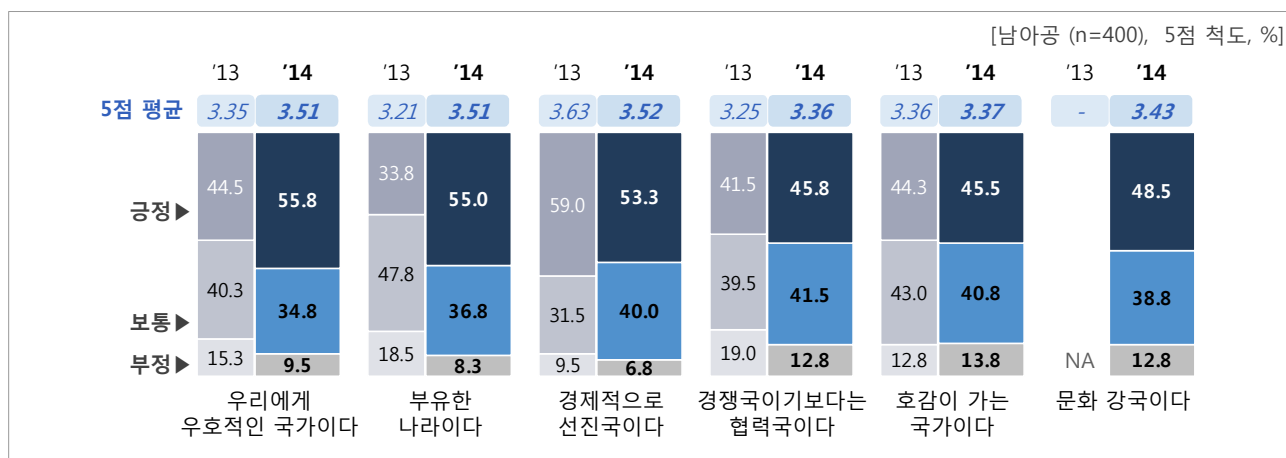
연상 이미지 %	전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
		남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (76)	50대 (24)	기혼 (178)	미혼 (222)	중졸 이하 (39)	고졸 (212)	대졸 이상 (149)	호감 (136)	보통 (202)	비호감 (62)
K-POP	18.0	20.5	15.5	<u>27.0</u>	<u>24.0</u>	11.0	9.2	12.5	15.7	19.8	17.9	18.9	16.8	18.4	15.3	25.8
한식	16.0	9.0	<u>23.0</u>	18.0	11.0	16.0	15.8	<u>29.2</u>	19.7	13.1	20.5	15.1	16.1	12.5	18.3	16.1
드라마	10.3	10.0	10.5	8.0	6.0	12.0	14.5	16.7	10.1	10.4	2.6	<u>14.2</u>	6.7	11.8	10.9	4.8
미용	8.5	4.0	13.0	11.0	17.0	5.0	1.3	-	5.6	10.8	12.8	8.5	7.4	7.4	4.0	<u>25.8</u>
연예인	8.3	11.0	5.5	11.0	7.0	7.0	10.5	-	7.9	8.6	7.7	9.4	6.7	10.3	8.4	3.2
IT 첨단산업	7.0	5.0	9.0	6.0	-	11.0	10.5	12.5	8.4	5.9	7.7	4.2	10.7	7.4	8.9	-
영화	6.5	7.5	5.5	3.0	13.0	8.0	2.6	-	5.6	7.2	7.7	6.1	6.7	4.4	6.9	9.7

2. 한국에 대한 인식

Q1. 귀하는 한국에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 한국에 대한 인식으로는 '우리에게 우호적인 국가이다'가 55.8%(223명)로 가장 높고, 그 외 '부유한 나라이다', '경제적으로 선진국이다' 순임
- 한국을 우호적인 국가로 인식하는 비중은 남성, 40대 집단에서 높게 나타났으며 부유한 나라라는 인식은 남성과 30대 이상 연령층에서 상대적으로 높음

[그림 17-2. 한국에 대한 인식]



[표 17-2. 한국에 대한 인식]

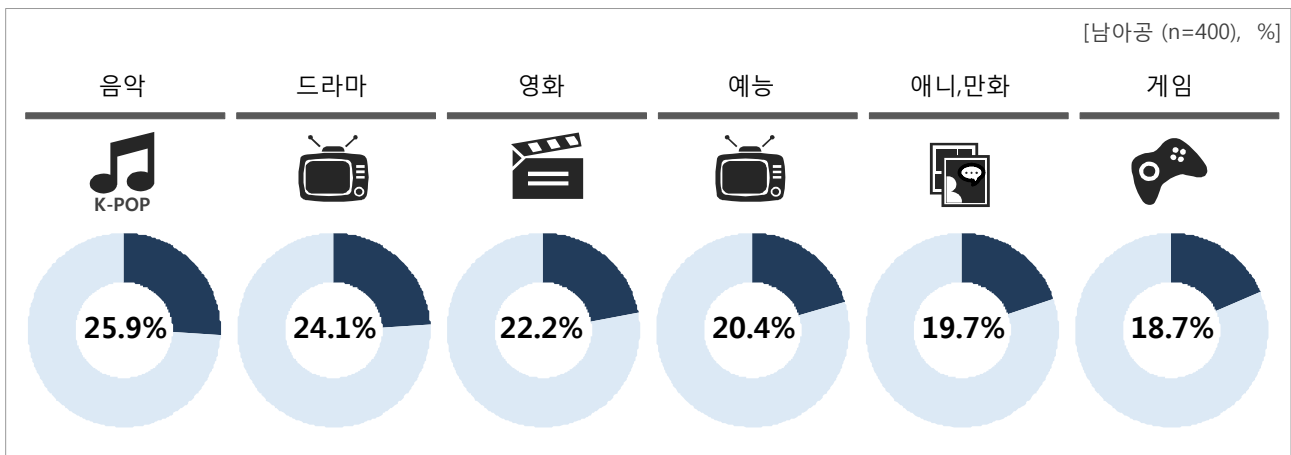
Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (76)	50대 (24)	기혼 (178)	미혼 (222)	중졸 이하 (39)	고졸 (212)	대졸 이상 (149)	호감 (136)	보통 (202)	비호감 (62)
우리에게 우호적인 국가이다	<u>62.0</u>	49.5	59.0	31.0	64.0	<u>71.1</u>	62.5	59.0	53.2	48.7	54.7	59.1	65.4	63.9	8.1
부유한 나라이다	<u>62.5</u>	47.5	53.0	39.0	63.0	<u>65.8</u>	62.5	59.0	51.8	46.2	54.2	58.4	61.0	64.4	11.3
경제적으로 선진국이다	54.5	52.0	56.0	32.0	54.0	<u>75.0</u>	58.3	54.5	52.3	41.0	51.9	58.4	61.0	60.4	12.9
경쟁국이기보다는 협력국이다	43.5	48.0	49.0	19.0	48.0	<u>69.7</u>	58.3	<u>51.1</u>	41.4	28.2	42.0	55.7	52.9	51.5	11.3
호감이 가는 국가이다	47.0	44.0	49.0	22.0	46.0	<u>67.1</u>	58.3	<u>53.4</u>	39.2	28.2	42.0	55.0	55.1	49.0	12.9
문화 강국이다	46.5	50.5	55.0	26.0	49.0	<u>64.5</u>	62.5	51.7	45.9	41.0	47.6	51.7	57.4	54.0	11.3

3. 한국문화 콘텐츠 소비량

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

- 최근 1년간 한국 콘텐츠 소비량에 대해 K-POP이 25.9%(104명)으로 가장 높았으며, 그 외 드라마, 영화 순으로 높게 나타남
- K-POP과 드라마를 비롯해서 영화, 예능 등 전반적으로 20~30대 연령층에서 소비량이 높게 나타남

[그림 17-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]



[표 17-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]

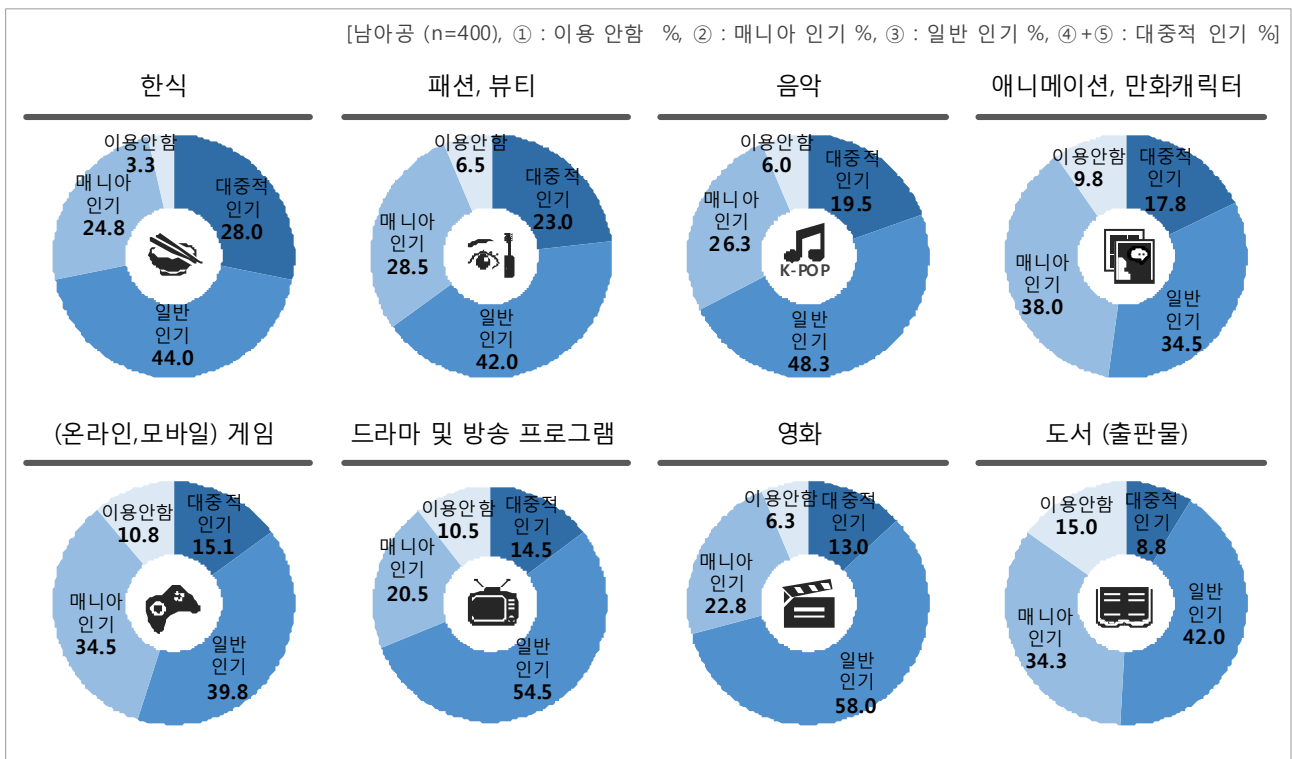
한국문화 콘텐츠 소비량 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (76)	50대 (24)	기혼 (178)	미혼 (222)	중졸 이하 (39)	고졸 (212)	대졸 이상 (149)	호감 (136)	보통 (202)	비호감 (62)
음악	25.5	26.3	23.5	<u>36.3</u>	26.9	16.1	19.6	23.5	27.8	<u>37.6</u>	23.6	26.1	23.2	23.9	<u>38.4</u>
드라마	23.1	25.2	21.9	<u>32.6</u>	25.5	16.2	17.1	22.2	25.6	<u>37.1</u>	21.7	24.1	22.2	22.4	<u>33.9</u>
영화	24.1	20.3	17.5	26.0	26.2	19.7	16.7	21.4	22.8	27.3	19.8	24.2	23.1	21.1	23.7
예능	21.9	18.9	16.2	25.7	22.7	16.7	17.9	19.7	21.0	26.8	18.4	21.5	20.1	19.5	24.2
애니, 만화	23.1	16.3	16.5	22.1	20.8	18.8	20.8	18.8	20.4	21.7	18.0	21.5	20.9	19.3	18.4
게임	22.9	14.6	15.5	20.1	20.3	18.3	20.8	18.1	19.2	20.4	17.0	20.6	19.9	18.9	15.6

4. 한국문화 콘텐츠 인기도

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

- 남아공에서 대중적 인기가 가장 높은 한국문화콘텐츠로 '한식'이 28.0%(112명)로 가장 높았으며, 그 외 '패션/뷰티', 'K-POP' 등의 대중적 인기가 높게 나타남
- 한식과 패션/뷰티는 15~19세, 미혼 여성, 한류 호감층에서 대중적인 인기가 높게 나타남

[그림 17-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]



[표 17-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]

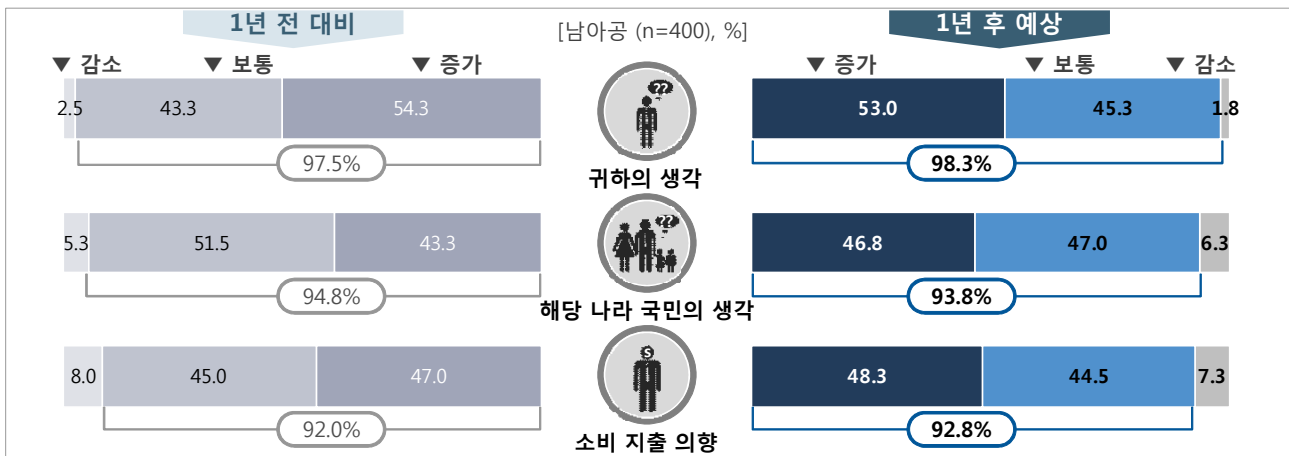
대중적 인기 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (76)	50대 (24)	기혼 (178)	미혼 (222)	중졸 이하 (39)	고졸 (212)	대졸 이상 (149)	호감 (136)	보통 (202)	비호감 (62)
한국 음식	25.0	31.0	46.0	16.0	27.0	28.9	4.2	21.3	33.3	33.3	28.8	25.5	34.6	27.2	16.1
한국 패션, 뷰티	19.5	26.5	34.0	15.0	21.0	22.4	20.8	20.2	25.2	23.1	26.9	17.4	27.2	23.3	12.9
한국 음악(K-Pop)	23.0	16.0	23.0	20.0	25.0	10.5	8.3	18.5	20.3	23.1	20.3	17.4	21.3	23.3	3.2
한국 애니메이션	28.5	7.0	16.0	18.0	23.0	14.5	12.5	14.6	20.3	-	23.1	14.8	20.6	18.3	9.7
한국 게임	24.0	6.0	10.0	14.0	23.0	14.5	8.3	13.5	16.2	-	18.4	14.1	17.6	14.9	9.7
한국 드라마 및 방송	18.0	11.0	7.0	20.0	21.0	13.2	-	19.1	10.8	15.4	13.2	16.1	16.2	16.8	3.2
한국 영화	17.0	9.0	4.0	18.0	19.0	14.5	-	16.3	10.4	10.3	9.9	18.1	14.0	16.3	-
한국 도서(출판물)	13.0	4.5	5.0	15.0	9.0	7.9	-	7.9	9.5	5.1	9.4	8.7	8.8	8.9	8.1

5. 한국문화 관심도

Q14. 귀하는 다음의 한국문화상품 관련 사항에 대해 어떻게 생각합니까?

- 한국문화상품에 대한 본인 및 국민적 관심도는 1년 전 대비 비슷하거나 증가하였다는 응답이 90%대 이상으로 매우 높으며, 향후 관심도 또한 유사하거나 증가할 것이라는 응답이 90%대 이상으로 매우 높게 나타남
- 소비지출 의향은 92.0%(368명)가 1년 전 대비 비슷하거나 증가하였다고 응답하였을 뿐만 아니라 향후 소비지출에 대한 예상도 90%대 이상이 유지 및 증가될 것으로 예상함
- 소비지출 경향에 대해 남성, 15~19세, 한류 호감층에서 증가할 것이라는 예상이 높게 나타남

[그림 17-5. 한국문화상품 관심도]



[표 17-5. 한국문화상품 관심도]

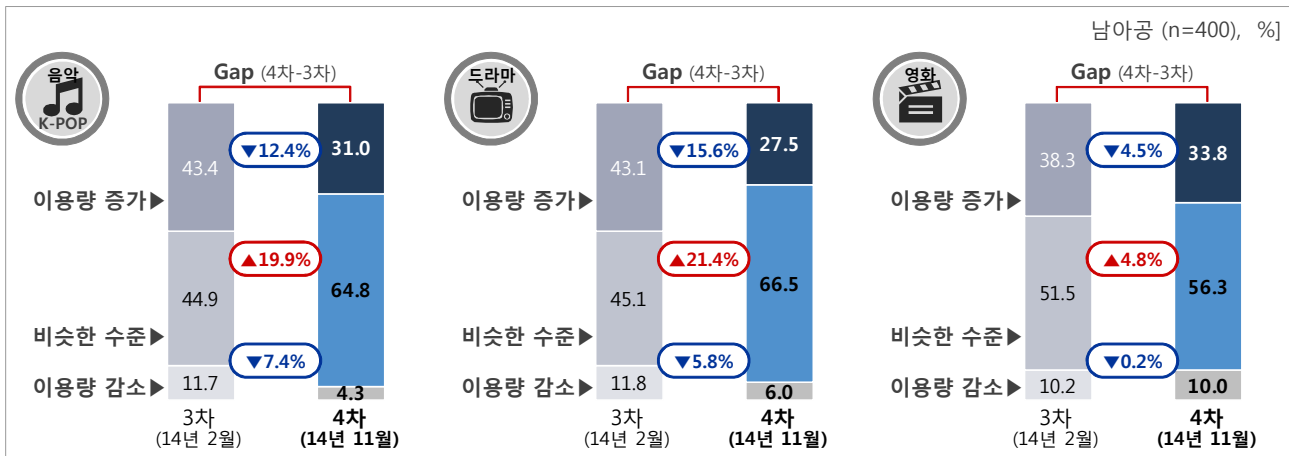
한국 문화 상품 관심도 %			귀하의 생각						해당나라 국민의 생각						소비 지출 의향					
			1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비			1년후 예상		
			감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성	(200)	1.0	31.0	<u>68.0</u>	0.5	31.5	<u>68.0</u>	1.5	46.0	<u>52.5</u>	4.5	44.0	<u>51.5</u>	5.5	44.5	50.0	3.5	45.0	51.5
	여성	(200)	4.0	<u>55.5</u>	40.5	3.0	<u>59.0</u>	38.0	9.0	<u>57.0</u>	34.0	8.0	50.0	42.0	10.5	45.5	44.0	11.0	44.0	45.0
연령	15~19세	(100)	-	33.0	<u>67.0</u>	1.0	31.0	<u>68.0</u>	5.0	44.0	51.0	4.0	45.0	51.0	4.0	46.0	50.0	4.0	42.0	54.0
	20대	(100)	-	<u>55.0</u>	45.0	-	<u>62.0</u>	38.0	10.0	<u>64.0</u>	26.0	15.0	52.0	33.0	<u>20.0</u>	<u>52.0</u>	28.0	<u>18.0</u>	49.0	33.0
	30대	(100)	3.0	45.0	52.0	2.0	47.0	51.0	2.0	52.0	46.0	1.0	50.0	49.0	4.0	39.0	57.0	3.0	41.0	56.0
	40대	(76)	3.9	40.8	55.3	2.6	38.2	59.2	2.6	44.7	52.6	2.6	43.4	53.9	2.6	43.4	53.9	2.6	47.4	50.0
	50대	(24)	16.7	37.5	45.8	8.3	50.0	41.7	8.3	50.0	41.7	12.5	33.3	54.2	8.3	41.7	50.0	8.3	41.7	50.0
결혼여부	기혼	(178)	4.5	44.9	50.6	2.8	47.2	50.0	3.9	53.4	42.7	5.1	46.1	48.9	9.0	40.4	50.6	9.6	41.0	49.4
	미혼	(222)	0.9	41.9	57.2	0.9	43.7	55.4	6.3	50.0	43.7	7.2	47.7	45.0	7.2	48.6	44.1	5.4	48.7	47.3
학력	중졸이하	(39)	-	<u>61.5</u>	38.5	-	<u>61.5</u>	38.5	7.7	<u>61.5</u>	30.8	2.6	51.3	46.2	2.6	<u>56.4</u>	41.0	5.1	48.7	46.2
	고졸	(212)	3.8	40.6	55.7	3.3	42.0	54.7	5.7	51.4	42.9	8.0	46.7	45.3	8.0	49.1	42.9	6.1	50.5	43.4
	대졸이상	(149)	1.3	42.3	56.4	-	45.6	54.4	4.0	49.0	47.0	4.7	46.3	49.0	9.4	36.2	<u>54.4</u>	9.4	34.9	<u>55.7</u>
한류태도	호감	(136)	2.2	29.4	<u>68.4</u>	0.7	27.2	<u>72.1</u>	2.9	37.5	<u>59.6</u>	5.1	34.6	<u>60.3</u>	4.4	36.0	<u>59.6</u>	4.4	36.8	<u>58.8</u>
	보통	(202)	3.5	40.1	56.4	3.0	45.0	52.0	4.0	54.5	41.6	4.0	52.0	44.1	5.4	49.0	45.5	4.0	50.0	46.0
	비호감	(62)	-	<u>83.9</u>	16.1	-	<u>85.5</u>	14.5	14.5	<u>72.6</u>	12.9	<u>16.1</u>	58.1	25.8	<u>24.2</u>	<u>51.6</u>	24.2	<u>24.2</u>	43.5	32.3

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 감소보다는 유지 혹은 증가세를 보이고 있다고 응답함
- K-POP은 10~20대, 미혼, 한류 호감층에서 전년대비 이용량이 유지 혹은 증가되었다는 인식이 상대적으로 높게 나타남
- 드라마는 기혼 집단에서 전년대와 비슷한 수준이라는 응답이 높음

[그림 17-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]



[표 17-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]

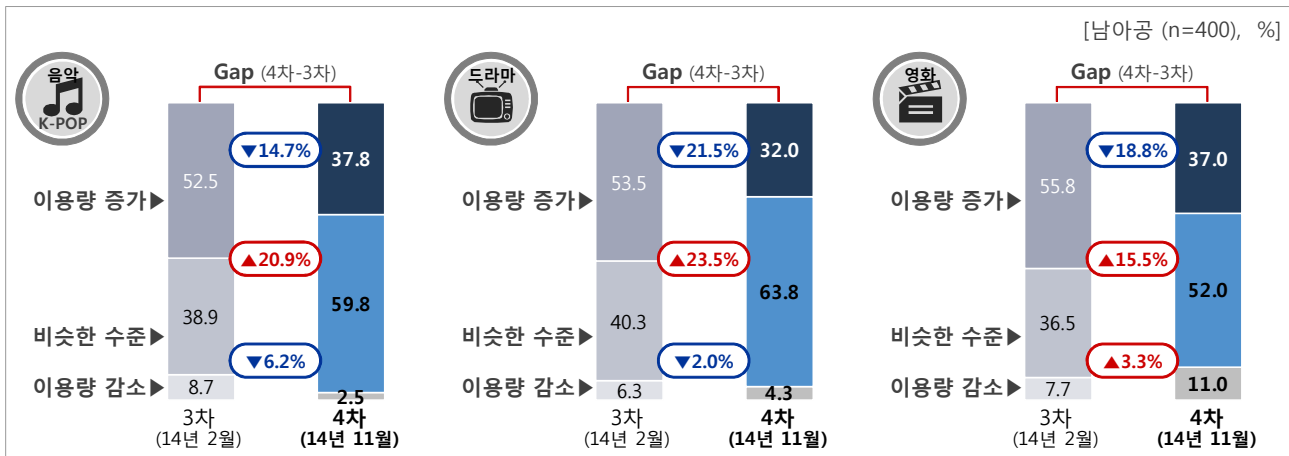
한국문화 1년 전 대비 이용량 변화 %			음악						드라마						영화					
			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사		
			감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)		14.0	40.4	45.6	4.0	64.0	32.0	13.0	46.4	40.6	7.5	64.5	28.0	10.4	47.2	42.4	6.5	55.0	38.5
	여성 (200)		9.3	49.6	41.1	4.5	65.5	30.0	10.7	44.0	45.3	4.5	68.5	27.0	10.0	<u>56.2</u>	33.8	13.5	57.5	29.0
연령	15~19세 (100)		10.8	45.9	43.2	3.0	44.0	<u>53.0</u>	10.0	50.0	40.0	4.0	53.0	<u>43.0</u>	9.7	53.2	37.1	5.0	47.0	48.0
	20대 (100)		8.5	42.3	49.3	-	77.0	23.0	8.9	42.2	48.9	3.0	76.0	21.0	2.9	55.9	41.2	17.0	57.0	26.0
	30대 (100)		5.6	51.9	42.6	6.0	60.0	34.0	14.7	38.2	47.1	7.0	63.0	30.0	16.0	48.0	36.0	7.0	60.0	33.0
	40대 (76)		18.4	42.9	38.8	5.3	77.6	17.1	16.7	53.3	30.0	7.9	76.3	15.8	12.3	52.6	35.1	9.2	61.8	28.9
	50대 (24)		<u>29.4</u>	35.3	35.3	16.7	79.2	4.2	-	40.0	<u>60.0</u>	16.7	66.7	16.7	8.3	33.3	58.3	16.7	58.3	25.0
결혼여부	기혼 (178)		9.6	<u>50.9</u>	39.5	6.2	<u>71.9</u>	21.9	11.5	41.0	47.5	7.3	<u>70.2</u>	22.5	15.3	50.0	34.7	12.4	59.6	28.1
	미혼 (222)		13.2	40.4	46.4	2.7	59.0	38.3	12.0	48.2	39.8	5.0	63.5	31.5	6.0	52.7	41.3	8.1	53.6	<u>38.3</u>
학력	중졸이하 (39)		17.2	51.7	31.0	2.6	59.0	38.5	9.1	<u>72.7</u>	18.2	2.6	71.8	25.6	8.7	47.8	43.5	7.7	69.2	23.1
	고졸 (212)		9.1	45.5	<u>45.5</u>	4.2	61.3	34.4	11.3	50.9	37.7	6.1	62.7	31.1	9.7	53.4	36.9	7.5	54.7	37.7
	대졸이상 (149)		12.7	42.9	<u>44.4</u>	4.7	<u>71.1</u>	24.2	12.5	37.5	<u>50.0</u>	6.7	70.5	22.8	10.8	50.7	38.5	14.1	55.0	30.9
한류태도	호감 (136)		8.4	37.4	<u>54.2</u>	3.7	55.9	<u>40.4</u>	6.9	44.4	<u>48.6</u>	5.1	60.3	34.6	6.1	48.9	<u>45.0</u>	5.9	52.9	41.2
	보통 (202)		12.7	<u>53.2</u>	34.1	5.4	63.9	30.7	15.9	46.4	37.7	7.9	62.9	29.2	13.4	53.7	32.8	7.9	55.9	36.1
	비호감 (62)		<u>50.0</u>	37.5	12.5	1.6	<u>87.1</u>	11.3	<u>33.3</u>	33.3	33.3	1.6	91.9	6.5	22.2	55.6	22.2	<u>25.8</u>	64.5	9.7

7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)

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

- 향후 한국문화 이용량 전망과 관련해서, K-POP, 드라마, 영화 모두 유지 혹은 증가할 것이라는 비중이 85%대 이상으로 높게 나타남
- K-POP은 10~20대, 미혼여성, 드라마는 10대 및 40대, 한류 호감층에서, 영화는 남성, 40대 이상, 한류 호감층에서 향후 이용량이 증가할 것으로 예상함

[그림 17-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]



[표 17-7. 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)		9.6	36.0	54.4	3.0	56.0	41.0	5.8	40.6	53.6	3.5	63.5	33.0	8.3	33.3	58.3	3.5	56.5	40.0
	여성 (200)		7.8	41.9	50.4	2.0	63.5	34.5	6.7	40.0	53.3	5.0	64.0	31.0	6.9	40.0	53.1	18.5	47.5	34.0
연령	15~19세 (100)		10.8	32.4	56.8	1.0	45.0	54.0	6.7	40.0	53.3	2.0	47.0	51.0	11.3	33.9	54.8	7.0	45.0	48.0
	20대 (100)		7.0	39.4	53.5	-	71.0	29.0	6.7	26.7	66.7	4.0	76.0	20.0	5.9	35.3	58.8	25.0	50.0	25.0
	30대 (100)		11.1	44.4	44.4	4.0	55.0	41.0	8.8	44.1	47.1	7.0	60.0	33.0	9.3	41.3	49.3	9.0	49.0	42.0
	40대 (76)		4.1	42.9	53.1	2.6	68.4	28.9	3.3	53.3	43.3	2.6	71.1	26.3	5.3	35.1	59.6	3.9	60.5	35.5
	50대 (24)		11.8	35.3	52.9	12.5	66.7	20.8	-	60.0	40.0	8.3	75.0	16.7	-	33.3	66.7	-	75.0	25.0
결혼여부	기혼 (178)		6.1	39.5	54.4	3.9	67.4	28.7	6.6	42.6	50.8	5.6	66.3	28.1	8.1	40.3	51.6	13.5	52.2	34.3
	미혼 (222)		10.6	38.4	51.0	1.4	53.6	45.0	6.0	38.6	55.4	3.2	61.7	35.1	7.3	33.3	59.3	9.0	51.8	39.2
학력	중졸이하 (39)		13.8	55.2	31.0	-	71.8	28.2	9.1	63.6	27.3	2.6	74.4	23.1	13.0	39.1	47.8	23.1	48.7	28.2
	고졸 (212)		5.5	33.6	60.9	1.9	57.5	40.6	9.4	41.5	49.1	1.9	63.2	34.9	7.8	35.0	57.3	4.7	57.5	37.7
	대졸이상 (149)		10.3	39.7	50.0	4.0	59.7	36.2	3.8	36.3	60.0	8.1	61.7	30.2	6.8	37.2	56.1	16.8	45.0	38.3
한류태도	호감 (136)		2.3	30.5	67.2	1.5	46.3	52.2	-	38.9	61.1	0.7	57.4	41.9	1.5	35.1	63.4	2.2	49.3	48.5
	보통 (202)		13.5	49.2	37.3	3.0	61.4	35.6	10.0	43.5	46.4	5.0	63.4	31.7	11.9	39.6	48.5	6.4	56.4	37.1
	비호감 (62)		37.5	12.5	50.0	3.2	83.9	12.9	66.7	-	33.3	9.7	79.0	11.3	33.3	11.1	55.6	45.2	43.5	11.3

제17장 국가별 결과 분석 : 남아공

II. 한류에 대한 인식

1. 한류 용어 인지도 및 호감도

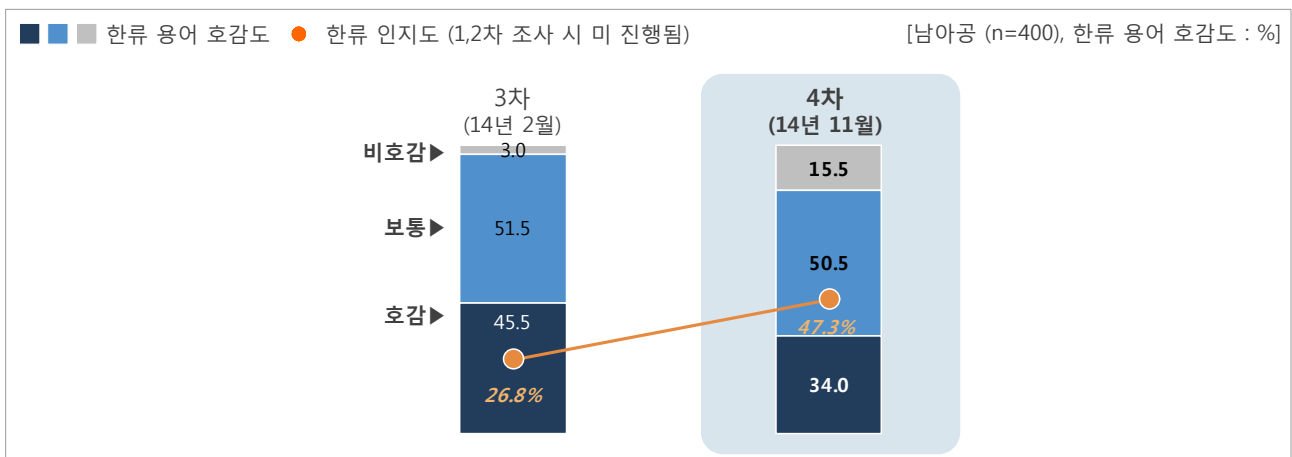
Q4. 한국 대중문화 유행 현상을 한류(Korean Wave/Hallyu)라고 부릅니다.

귀하께서는 '한류'라는 용어를 이전에 들어본 적이 있습니까?

Q4_1. 귀하께서는 한류라는 용어에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 한류 인지도는 47.3%(189명)로 지난 조사 대비 상승한 반면, 한류에 대한 호감도는 34.0%(136명)로 지난 조사 대비 하락함
- 특히 한류에 대한 비호감도가 지난 조사 대비 크게 상승하고 있어 한류에 대한 남아공 내 인식이 양분되고 있는 것으로 보임
- 한류 인지도 및 호감도는 남성, 한류 호감층에서 높은 반면, 한류 비호감도는 20대 여성에서 높게 나타남

[그림 17-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]



[표 17-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]

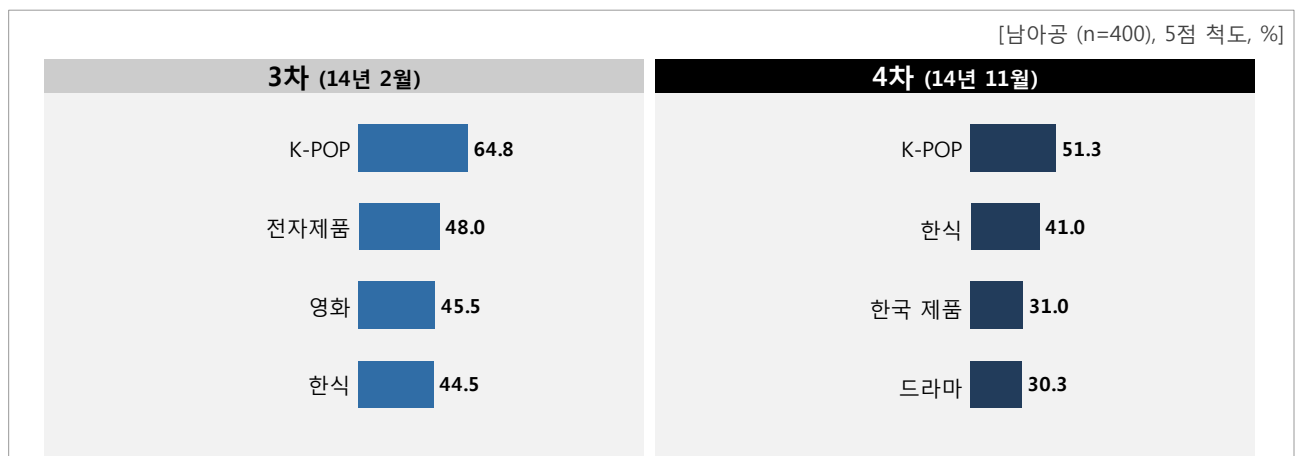
%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (76)	50대 (24)	기혼 (178)	미혼 (222)	중졸 이하 (39)	고졸 (212)	대졸 이상 (149)	호감 (136)	보통 (202)	비호감 (62)
한류 인지도	<u>60.0</u>	34.5	40.0	57.0	48.0	42.1	50.0	48.3	46.4	53.8	50.5	40.9	48.5	51.0	32.3
한류 호감도 - 호감	<u>41.5</u>	26.5	<u>45.0</u>	19.0	35.0	39.5	29.2	29.8	<u>37.4</u>	17.9	38.2	32.2	100.0	-	-
한류 호감도 - 보통	<u>55.5</u>	45.5	48.0	38.0	54.0	59.2	70.8	<u>54.5</u>	47.3	53.8	51.9	47.7	-	100.0	-
한류 호감도 - 비호감	3.0	<u>28.0</u>	7.0	<u>43.0</u>	11.0	1.3	-	15.7	15.3	28.2	9.9	20.1	-	-	100.0

2. 한류 대표 콘텐츠

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

- 한류 대표 콘텐츠는 K-POP이 51.3%(205명)로 가장 높게 나타났으며, 그 외 한식, 한국제품, 드라마 순으로 높음
- K-POP은 여성, 15~19세, 한류 호감층에서 대표 콘텐츠로 인식되고 있음
- 한식은 여성, 기혼 집단에서 타 집단 대비 대표 콘텐츠로 인식되고 있음

[그림 17-9. 한류 대표 콘텐츠]



[표 17-9. 한류 대표 콘텐츠]

한류 대표 콘텐츠 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (76)	50대 (24)	기혼 (178)	미혼 (222)	중졸 이하 (39)	고졸 (212)	대졸 이상 (149)	호감 (136)	보통 (202)	비호감 (62)
K-POP	43.0	<u>59.5</u>	<u>67.0</u>	32.0	47.0	61.8	50.0	51.7	50.9	48.7	50.5	53.0	<u>64.7</u>	47.5	33.9
한식	27.5	<u>54.5</u>	55.0	18.0	33.0	60.5	50.0	<u>43.3</u>	39.2	41.0	41.5	40.3	49.3	41.1	22.6
한국 제품	20.5	<u>41.5</u>	50.0	11.0	24.0	39.5	37.5	27.0	34.2	28.2	31.1	31.5	34.6	35.1	9.7
드라마	19.0	<u>41.5</u>	<u>47.0</u>	13.0	27.0	38.2	20.8	28.7	31.5	38.5	30.2	28.2	37.5	30.7	12.9

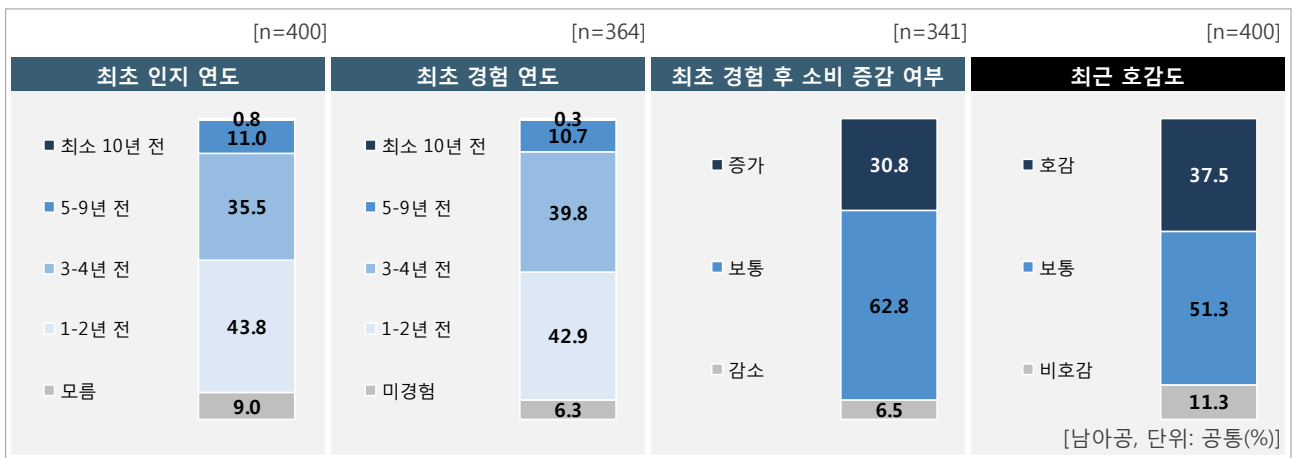
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악

(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램

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

- 한국 드라마의 인지도와 경험률은 90%대 이상으로 높으며, 대부분 최근 4년 이내에 인지 및 경험이 나타나는 것으로 파악됨
- 최초 경험 후 소비 증가율은 30.8%(105명)이며, 최근 호감도는 37.5%(150명)임
- 15~19세, 미혼, 한류 호감층의 경우, 최근 2년 이내에 인지 및 경험이 이루어진 가운데, 호감도도 상대적으로 높게 나타남

[그림 17-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]



[표 17-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]

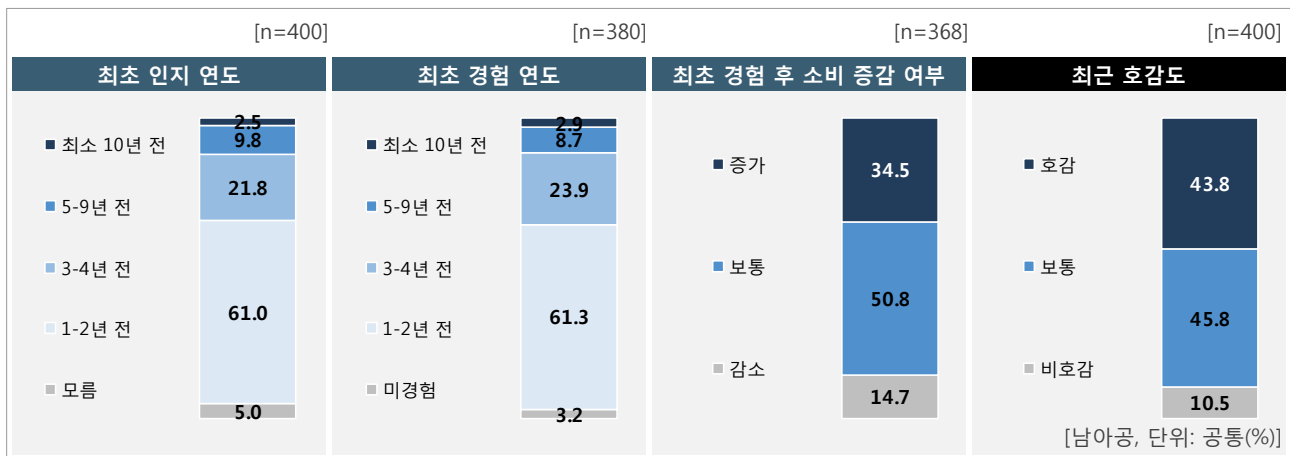
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)	9.0	41.0	34.0	15.0	1.0	8.8	34.6	40.1	16.5	-	7.8	61.4	30.7	12.0	50.0	38.0	
	여성 (200)	9.0	46.5	37.0	7.0	0.5	3.8	51.1	39.6	4.9	0.5	5.1	64.0	30.9	10.5	52.5	37.0	
연령	15~19세 (100)	2.0	85.0	13.0	-	-	3.1	87.8	9.2	-	-	8.4	55.8	35.8	7.0	44.0	49.0	
	20대 (100)	-	13.0	73.0	14.0	-	1.0	6.0	82.0	11.0	-	6.1	78.8	15.2	3.0	65.0	32.0	
	30대 (100)	14.0	30.0	37.0	19.0	-	10.5	27.9	38.4	23.3	-	2.6	59.7	37.7	13.0	52.0	35.0	
	40대 (76)	22.4	48.7	17.1	7.9	3.9	11.9	57.6	22.0	6.8	1.7	7.7	55.8	36.5	22.4	40.8	36.8	
	50대 (24)	12.5	41.7	25.0	20.8	-	14.3	28.6	38.1	19.0	-	11.1	44.4	44.4	20.8	54.2	25.0	
결혼여부	기혼 (178)	10.1	34.8	39.3	14.6	1.1	9.4	32.5	41.9	15.6	0.6	5.5	63.4	31.0	13.5	53.4	33.1	
	미혼 (222)	8.1	50.9	32.4	8.1	0.5	3.9	51.0	38.2	6.9	-	7.1	62.2	30.6	9.5	49.5	41.0	
학력	중졸이하 (39)	2.6	38.5	41.0	17.9	-	-	47.4	39.5	13.2	-	7.9	76.3	15.8	10.3	69.2	20.5	
	고졸 (212)	6.6	51.4	30.7	10.8	0.5	2.5	51.5	35.4	10.6	-	5.7	61.1	33.2	9.0	46.2	44.8	
	대졸이상 (149)	14.1	34.2	40.9	9.4	1.3	14.1	28.1	46.9	10.2	0.8	7.3	60.9	31.8	14.8	53.7	31.5	
한류태도	호감 (136)	11.0	53.7	24.3	11.0	-	6.6	54.5	28.1	10.7	-	8.0	52.2	39.8	10.3	41.2	48.5	
	보통 (202)	9.9	45.5	28.7	14.4	1.5	8.2	45.6	31.3	14.3	0.5	4.2	62.9	32.9	12.9	49.0	38.1	
	비호감 (62)	1.6	16.1	82.3	-	-	-	11.5	88.5	-	-	9.8	82.0	8.2	8.1	80.6	11.3	

(2) 한국 영화

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

- 한국 영화의 인지도는 95.0%(380명)이며, 경험률은 96.8%(368명)로 매우 높게 나타남
- 한국 영화의 경우, 최근 1~2년 이내에 인지 및 경험했다는 응답이 60%대 이상으로 높게 나타남
- 최근 1~2년 이내 한국 영화 인지율은 여성, 15~19세, 미혼 집단에서 상대적으로 높음
- 최초 경험 후 소비 증가율은 34.5%(127명)이며, 최근 호감도는 43.8%(175명)로 나타남

[그림 17-11. 한국 영화]



[표 17-11. 한국 영화]

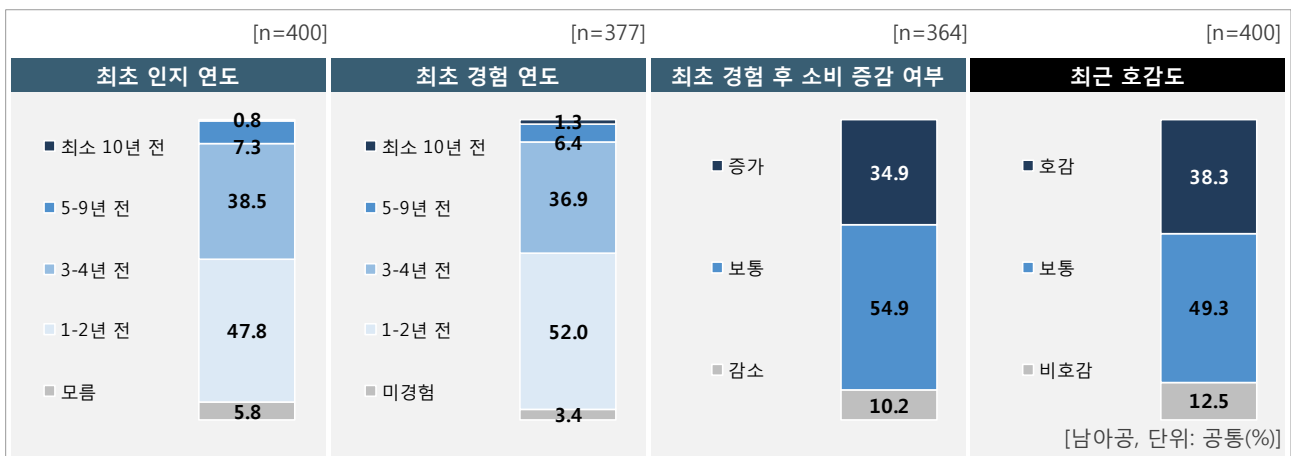
%		1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증가 여부			4 최근 호감도		
		모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)	4.0	46.0	<u>36.5</u>	11.5	2.0	3.1	44.8	<u>38.0</u>	12.0	2.1	7.0	54.8	38.2	5.5	44.0	<u>50.5</u>
	여성 (200)	6.0	<u>76.0</u>	7.0	8.0	3.0	3.2	<u>78.2</u>	9.6	5.3	3.7	<u>22.5</u>	46.7	30.8	<u>15.5</u>	47.5	37.0
연령	15~19세 (100)	6.0	<u>90.0</u>	4.0	-	-	2.1	<u>92.6</u>	5.3	-	-	9.8	55.4	34.8	6.0	46.0	48.0
	20대 (100)	1.0	60.0	29.0	10.0	-	1.0	59.6	28.3	11.1	-	<u>25.5</u>	46.9	27.6	18.0	50.0	32.0
	30대 (100)	4.0	42.0	34.0	16.0	4.0	6.3	39.6	35.4	12.5	6.3	12.2	43.3	<u>44.4</u>	8.0	46.0	46.0
	40대 (76)	7.9	56.6	15.8	11.8	7.9	2.9	60.0	18.6	11.4	7.1	10.3	57.4	32.4	7.9	42.1	50.0
	50대 (24)	12.5	37.5	33.3	16.7	-	4.8	33.3	52.4	9.5	-	10.0	60.0	30.0	16.7	37.5	45.8
결혼 여부	기혼 (178)	5.1	51.7	26.4	14.6	2.2	4.1	51.5	<u>30.2</u>	11.2	3.0	19.1	48.1	32.7	14.6	42.1	43.3
	미혼 (222)	5.0	<u>68.5</u>	18.0	5.9	2.7	2.4	<u>69.2</u>	19.0	6.6	2.8	11.2	52.9	35.9	7.2	48.6	44.1
학력	중졸이하 (39)	10.3	<u>71.8</u>	2.6	15.4	-	2.9	<u>77.1</u>	8.6	11.4	-	20.6	<u>64.7</u>	14.7	15.4	<u>61.5</u>	23.1
	고졸 (212)	3.3	62.7	24.1	9.0	0.9	0.5	63.9	27.3	7.3	1.0	8.3	53.9	37.7	6.6	48.1	45.3
	대졸이상 (149)	6.0	55.7	23.5	9.4	5.4	7.1	53.6	22.9	10.0	6.4	23.1	42.3	34.6	14.8	38.3	47.0
한류 태도	호감 (136)	1.5	58.8	27.2	9.6	2.9	2.2	60.4	24.6	8.2	4.5	9.2	47.3	43.5	5.1	36.8	<u>58.1</u>
	보통 (202)	8.4	52.5	23.8	12.4	3.0	4.9	50.8	29.7	11.9	2.7	5.7	<u>57.4</u>	36.9	6.4	49.5	44.1
	비호감 (62)	1.6	<u>93.5</u>	3.2	1.6	-	-	<u>95.1</u>	4.9	-	-	<u>52.5</u>	39.3	8.2	<u>35.5</u>	<u>53.2</u>	11.3

(3) 한국 음악(K-POP)

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

- K-POP 인지도는 94.2%(377명)이며, 경험률은 96.6%(364명)으로 매우 높음
- K-POP에 대한 인지 및 경험 시기는 최근 1~2년 이내라는 응답이 50%대 수준으로 높음
- 최초 경험 후, 소비 증가율은 34.9%(127명)이며, 최근 호감도는 38.3%(153명)임
- K-POP에 대한 호감도는 15~19세, 미혼, 한류 호감층에서 높게 나타남

[그림 17-12. 한국 음악(K-POP)]



[표 17-12. 한국 음악(K-POP)]

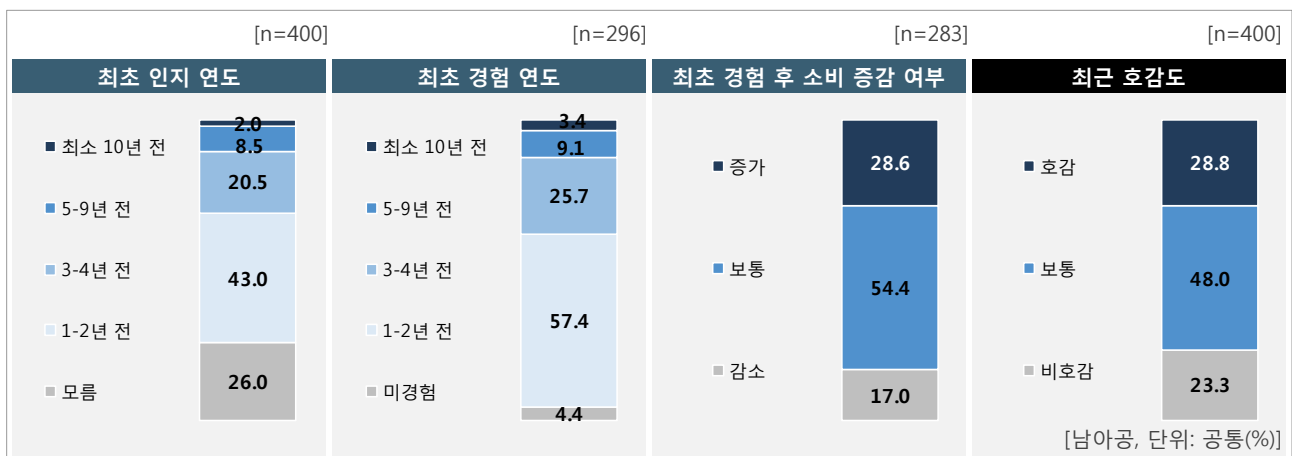
%			1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		5.5	44.0	41.0	9.0	0.5	4.2	51.3	33.9	9.5	1.1	7.7	53.6	38.7	10.0	51.5	38.5
	여성 (200)		6.0	51.5	36.0	5.5	1.0	2.7	52.7	39.9	3.2	1.6	12.6	56.3	31.1	15.0	47.0	38.0
연령	15~19세 (100)		1.0	<u>85.0</u>	14.0	-	-	1.0	<u>84.8</u>	13.1	1.0	-	8.2	50.0	41.8	4.0	38.0	<u>58.0</u>
	20대 (100)		1.0	19.0	<u>70.0</u>	10.0	-	2.0	21.2	<u>69.7</u>	7.1	-	<u>17.5</u>	53.6	28.9	<u>20.0</u>	<u>58.0</u>	22.0
	30대 (100)		7.0	39.0	46.0	7.0	1.0	1.1	47.3	43.0	6.5	2.2	5.4	57.6	37.0	12.0	47.0	41.0
	40대 (76)		<u>15.8</u>	51.3	17.1	13.2	2.6	<u>12.5</u>	60.9	15.6	6.3	4.7	8.9	58.9	32.1	11.8	57.9	30.3
	50대 (24)		8.3	37.5	45.8	8.3	-	4.5	36.4	31.8	27.3	-	9.5	61.9	28.6	20.8	41.7	37.5
결혼 여부	기혼 (178)		10.1	37.1	42.7	8.4	1.7	5.0	44.4	40.0	8.1	2.5	7.2	57.9	34.9	15.2	52.8	32.0
	미혼 (222)		2.3	<u>56.3</u>	35.1	6.3	-	2.3	<u>57.6</u>	34.6	5.1	0.5	12.3	52.8	34.9	10.4	46.4	<u>43.2</u>
학력	중졸이하 (39)		2.6	38.5	48.7	10.3	-	-	39.5	<u>55.3</u>	5.3	-	10.5	68.4	21.1	7.7	59.0	33.3
	고졸 (212)		4.2	<u>56.1</u>	32.1	7.1	0.5	2.0	<u>61.6</u>	28.1	7.9	0.5	12.1	48.7	39.2	10.8	50.9	38.2
	대졸이상 (149)		8.7	38.3	45.0	6.7	1.3	6.6	41.2	44.9	4.4	2.9	7.1	60.6	32.3	16.1	44.3	39.6
한류 태도	호감 (136)		6.6	<u>57.4</u>	25.7	8.8	1.5	3.9	<u>64.6</u>	23.6	5.5	2.4	7.4	50.0	<u>42.6</u>	10.3	38.2	<u>51.5</u>
	보통 (202)		6.9	49.0	35.6	7.9	0.5	4.3	52.7	33.0	9.0	1.1	7.2	55.0	37.8	9.4	52.0	38.6
	비호감 (62)		-	22.6	<u>75.8</u>	1.6	-	-	24.2	<u>75.8</u>	-	-	<u>24.2</u>	<u>64.5</u>	11.3	<u>27.4</u>	<u>64.5</u>	8.1

(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터

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

- 한국 애니메이션 인지도는 74.0%(296명)로 타 콘텐츠 대비 낮은 수준으로 40대, 기혼여성, 한류 비호감층에서 인지도가 낮게 나타남
- 한국 애니메이션 경험률은 95.6%(283명)이며, 최초 경험후 소비 증가율은 28.6%(81명)로 나타남
- 한국 애니메이션 최근 호감도는 28.8%(115명)이며, 15~19세, 남성, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 나타남

[그림 17-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]



[표 17-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]

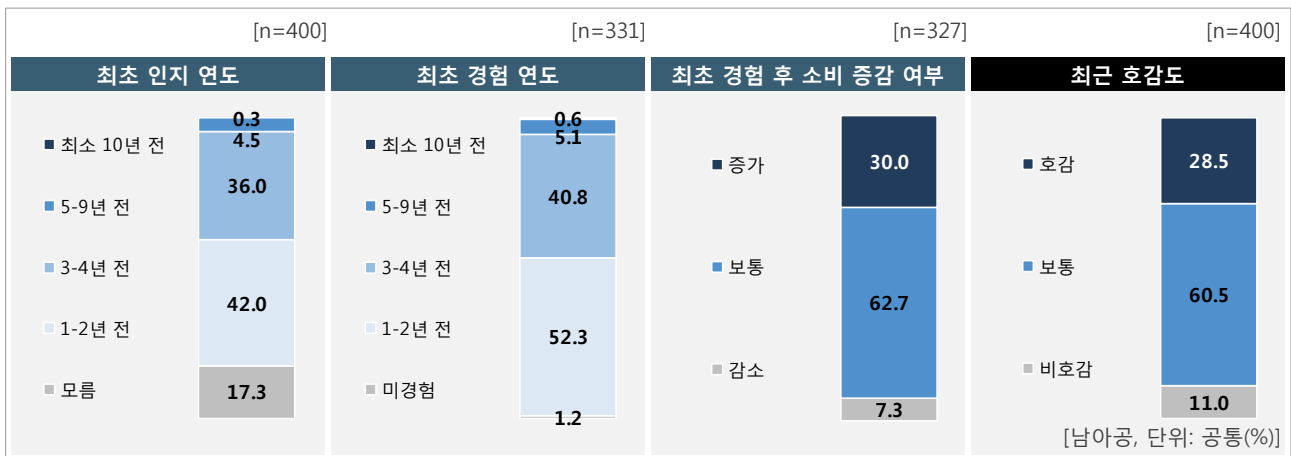
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	8.5	45.5	<u>33.0</u>	10.5	2.5	3.3	49.7	<u>33.3</u>	10.4	3.3	13.0	<u>59.3</u>	27.7	12.0	52.5	<u>35.5</u>
	여성	(200)	<u>43.5</u>	40.5	8.0	6.5	1.5	6.2	<u>69.9</u>	13.3	7.1	3.5	<u>23.6</u>	46.2	30.2	<u>34.5</u>	43.5	22.0
연령	15~19세	(100)	15.0	<u>79.0</u>	5.0	1.0	-	1.2	<u>90.6</u>	5.9	2.4	-	7.1	54.8	<u>38.1</u>	10.0	48.0	<u>42.0</u>
	20대	(100)	28.0	36.0	28.0	8.0	-	6.9	47.2	<u>40.3</u>	5.6	-	<u>26.9</u>	58.2	14.9	<u>45.0</u>	40.0	15.0
	30대	(100)	21.0	38.0	29.0	9.0	3.0	6.3	46.8	27.8	13.9	5.1	17.6	56.8	25.7	22.0	52.0	26.0
	40대	(76)	<u>42.1</u>	19.7	13.2	<u>18.4</u>	6.6	2.3	47.7	20.5	18.2	11.4	18.6	46.5	34.9	11.8	55.3	32.9
	50대	(24)	33.3	16.7	41.7	8.3	-	6.3	6.3	68.8	12.5	6.3	20.0	46.7	33.3	29.2	41.7	29.2
결혼여부	기혼	(178)	<u>35.4</u>	29.2	22.5	10.1	2.8	7.8	42.6	29.6	14.8	5.2	18.9	50.9	30.2	<u>28.7</u>	46.6	24.7
	미혼	(222)	18.5	<u>54.1</u>	18.9	7.2	1.4	2.2	<u>66.9</u>	23.2	5.5	2.2	15.8	56.5	27.7	18.9	49.1	32.0
학력	중졸이하	(39)	<u>41.0</u>	46.2	5.1	7.7	-	4.3	<u>73.9</u>	13.0	8.7	-	-	<u>86.4</u>	13.6	35.9	53.8	10.3
	고졸	(212)	20.3	47.2	<u>25.5</u>	6.6	0.5	1.8	63.3	26.0	8.3	0.6	16.9	54.8	28.3	18.4	51.9	29.7
	대졸이상	(149)	30.2	36.2	17.4	11.4	4.7	8.7	44.2	<u>27.9</u>	10.6	8.7	<u>21.1</u>	46.3	32.6	26.8	40.9	32.2
한류태도	호감	(136)	16.9	44.9	24.3	11.0	2.9	4.4	55.8	28.3	6.2	5.3	11.1	50.9	<u>38.0</u>	8.1	<u>50.0</u>	<u>41.9</u>
	보통	(202)	25.2	40.1	23.8	8.9	2.0	2.6	53.6	27.8	13.2	2.6	13.6	59.9	26.5	18.8	53.5	27.7
	비호감	(62)	<u>48.4</u>	48.4	1.6	1.6	-	12.5	<u>81.3</u>	6.3	-	-	<u>57.1</u>	39.3	3.6	<u>71.0</u>	25.8	3.2

(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임

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

- 한국 게임의 인지도는 82.7%(331명) 수준이며, 경험률은 98.8%(327명)으로 높음
- 한국 게임에 대한 인지 및 경험은 최근 1~2년 이내에 집중적으로 이루어지는 것으로 파악됨
- 최초 경험 후, 소비증가율은 30.0%(98명)이며, 최근 호감도는 28.5%(114명)임
- 15~19세, 한류 호감층에서 소비 증가율 뿐만 아니라 최근 호감도에서도 상대적으로 높게 나타남

[그림 17-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]



[표 17-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]

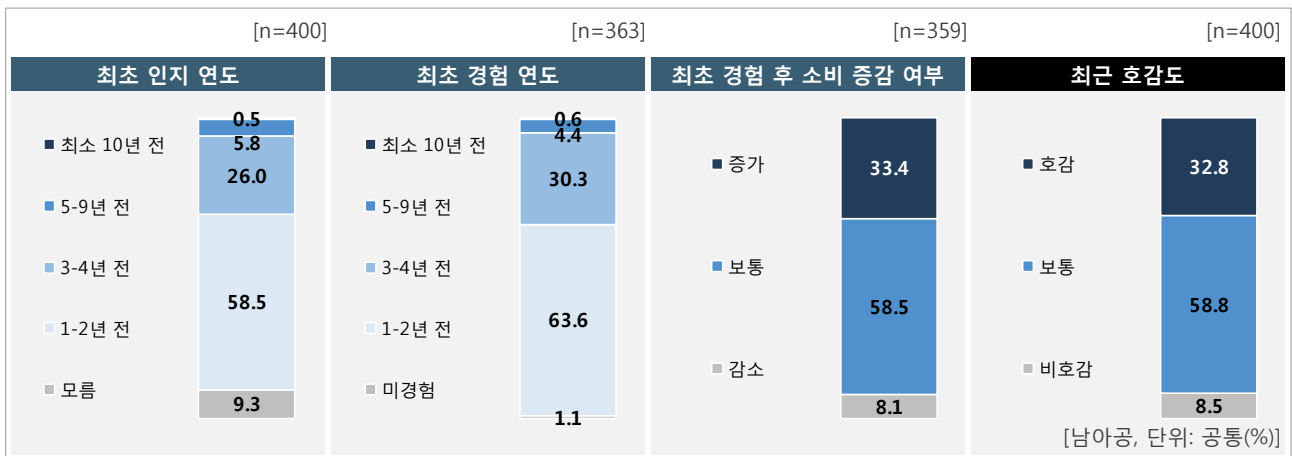
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	8.0	43.0	<u>41.5</u>	7.0	0.5	1.1	50.5	39.7	8.2	0.5	7.7	61.0	31.3	10.0	56.0	<u>34.0</u>
	여성	(200)	<u>26.5</u>	41.0	30.5	2.0	-	1.4	54.4	42.2	1.4	0.7	6.9	64.8	28.3	12.0	<u>65.0</u>	23.0
연령	15~19세	(100)	9.0	85.0	6.0	-	-	-	<u>94.5</u>	5.5	-	-	2.2	53.8	<u>44.0</u>	5.0	56.0	<u>39.0</u>
	20대	(100)	2.0	16.0	<u>79.0</u>	3.0	-	-	19.4	<u>76.5</u>	4.1	-	9.2	<u>74.5</u>	16.3	7.0	<u>71.0</u>	22.0
	30대	(100)	19.0	35.0	37.0	9.0	-	-	44.4	43.2	12.3	-	11.1	60.5	28.4	16.0	55.0	29.0
	40대	(76)	<u>40.8</u>	35.5	17.1	5.3	1.3	4.4	60.0	26.7	4.4	4.4	7.0	58.1	34.9	13.2	63.2	23.7
	50대	(24)	33.3	20.8	37.5	8.3	-	12.5	31.3	50.0	6.3	-	7.1	64.3	28.6	25.0	50.0	25.0
결혼 여부	기혼	(178)	<u>25.8</u>	27.0	38.8	8.4	-	3.0	39.4	<u>46.2</u>	<u>11.4</u>	-	7.0	64.8	28.1	14.6	59.6	25.8
	미혼	(222)	10.4	<u>54.1</u>	33.8	1.4	0.5	-	<u>60.8</u>	37.2	1.0	1.0	7.5	61.3	31.2	8.1	61.3	30.6
학력	중졸이하	(39)	23.1	<u>56.4</u>	20.5	-	-	-	<u>70.0</u>	30.0	-	-	3.3	<u>90.0</u>	6.7	15.4	<u>76.9</u>	7.7
	고졸	(212)	12.7	48.6	35.4	3.3	-	1.1	57.3	39.5	2.2	-	8.7	56.8	34.4	10.8	57.1	<u>32.1</u>
	대졸이상	(149)	22.1	28.9	<u>40.9</u>	7.4	0.7	1.7	39.7	45.7	11.2	1.7	6.1	64.9	28.9	10.1	61.1	28.9
한류 태도	호감	(136)	14.0	<u>51.5</u>	30.1	4.4	-	0.9	<u>64.1</u>	29.9	4.3	0.9	2.6	53.4	<u>44.0</u>	10.3	54.4	35.3
	보통	(202)	22.8	43.1	28.2	5.4	0.5	1.9	55.1	35.3	7.1	0.6	11.1	61.4	27.5	12.4	56.9	30.7
	비호감	(62)	6.5	17.7	<u>74.2</u>	1.6	-	-	20.7	<u>77.6</u>	1.7	-	6.9	<u>84.5</u>	8.6	8.1	<u>85.5</u>	6.5

(6) 한국 패션, 뷰티

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

- 한국 패션, 뷰티 인지도는 90.7%(363명)이며, 경험률은 98.9%(359명)로 높음
- 한국 패션, 뷰티 인지 및 경험 시기는 최근 1~2년 이내라는 응답이 60%대 수준으로 높음
- 최초 경험 후, 소비 증가율은 33.4%(120명)이며, 최근 호감도는 32.8%(131명)로 나타남
- 여성, 15~19세, 미혼, 한류 비호감 층에서 최근 1~2년 이내에 한국 패션, 뷰티를 상대적으로 많이 접한 것으로 나타남

[그림 17-15. 한국 패션, 뷰티]



[표 17-15. 한국 패션, 뷰티]

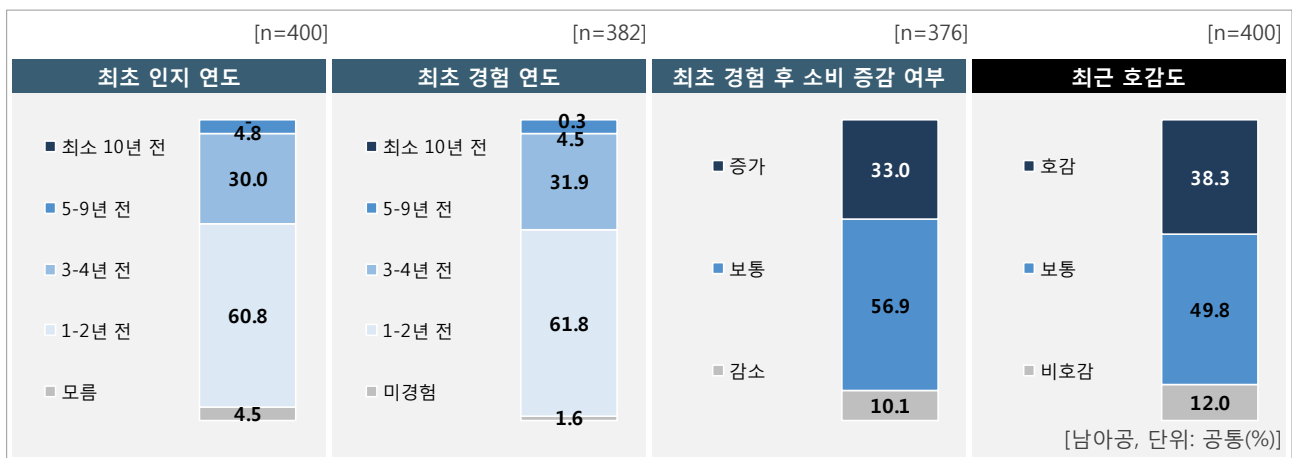
% (성별, 연령, 결혼여부, 학력, 한류태도)			1. 최초 인지도					2. 최초 경험 연도					3. 최초 경험 후 소비 증감 여부			4. 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		9.5	47.5	35.5	7.0	0.5	1.1	51.4	40.9	6.1	0.6	4.5	57.5	38.0	6.5	60.5	33.0
	여성 (200)		9.0	69.5	16.5	4.5	0.5	1.1	75.8	19.8	2.7	0.5	11.7	59.4	28.9	10.5	57.0	32.5
연령	15~19세 (100)		3.0	83.0	14.0	-	-	1.0	85.6	13.4	-	-	1.0	56.3	42.7	3.0	55.0	42.0
	20대 (100)		1.0	55.0	35.0	9.0	-	-	56.6	39.4	4.0	-	13.1	59.6	27.3	3.0	69.0	28.0
	30대 (100)		13.0	42.0	36.0	8.0	1.0	-	48.3	42.5	8.0	1.1	10.3	55.2	34.5	13.0	51.0	36.0
	40대 (76)		22.4	56.6	15.8	3.9	1.3	3.4	66.1	22.0	6.8	1.7	7.0	59.6	33.3	14.5	60.5	25.0
	50대 (24)		12.5	45.8	29.2	12.5	-	4.8	52.4	38.1	4.8	-	10.0	75.0	15.0	16.7	58.3	25.0
결혼여부	기혼 (178)		12.4	51.1	27.0	9.0	0.6	1.9	57.1	32.7	7.7	0.6	9.8	60.8	29.4	10.7	57.3	32.0
	미혼 (222)		6.8	64.4	25.2	3.2	0.5	0.5	68.6	28.5	1.9	0.5	6.8	56.8	36.4	6.8	59.9	33.3
학력	중졸이하 (39)		2.6	59.0	33.3	5.1	-	2.6	57.9	36.8	2.6	-	8.1	73.0	18.9	10.3	61.5	28.2
	고졸 (212)		6.1	62.7	27.4	3.8	-	1.0	62.8	33.2	3.0	-	5.6	58.4	36.0	7.1	58.0	34.9
	대졸이상 (149)		15.4	52.3	22.1	8.7	1.3	0.8	66.7	23.8	7.1	1.6	12.0	54.4	33.6	10.1	59.1	30.9
한류태도	호감 (136)		9.6	58.1	25.0	5.9	1.5	1.6	65.0	27.6	4.1	1.6	4.1	48.8	47.1	6.6	54.4	39.0
	보통 (202)		11.9	54.0	27.2	6.9	-	1.1	57.3	36.0	5.6	-	4.5	63.6	31.8	8.9	55.4	35.6
	비호감 (62)		-	74.2	24.2	1.6	-	-	79.0	19.4	1.6	-	25.8	62.9	11.3	11.3	79.0	9.7

(7) 한국 음식

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

- 한식의 인지도는 95.5%(382명)이며, 경험률은 98.4%(376명)로 매우 높은 수준임
- 한식에 대한 인지 및 경험시기는 최근 1~2년 이내라는 응답이 60%대 이상으로 매우 높음
- 최초 경험 후, 소비 증가율은 33.0%(124명)이며, 최근 한식 호감도는 38.3%(153명)임
- 여성, 15~19세, 미혼 집단에서 최근 1~2년 이내 한식 인지도 및 경험률이 상대적으로 높게 나타남

[그림 17-16. 한국 음식]



[표 17-16. 한국 음식]

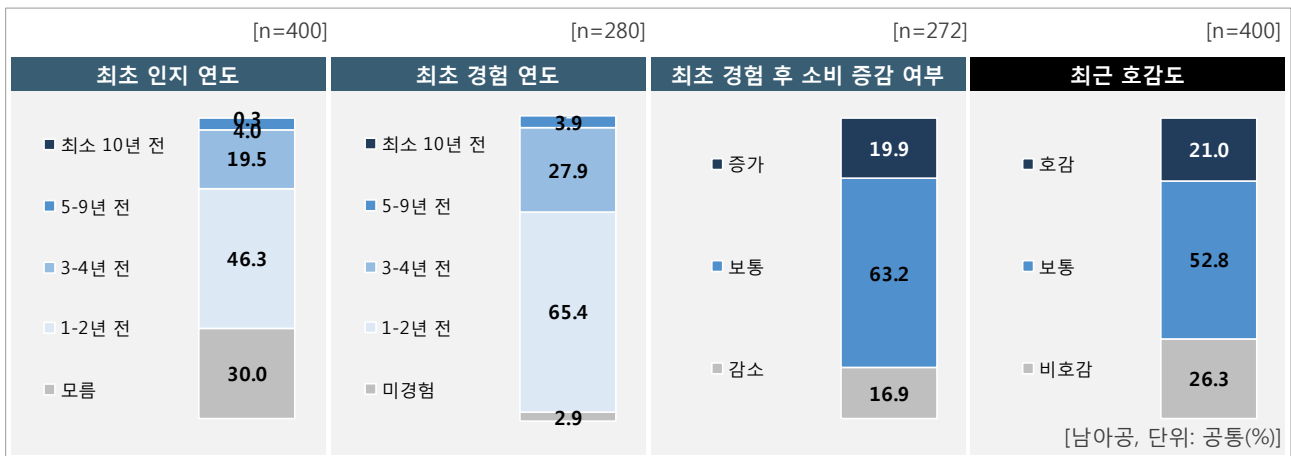
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	4.5	53.0	<u>37.0</u>	5.5	-	1.6	54.5	<u>38.2</u>	5.8	-	3.2	<u>63.8</u>	33.0	3.0	<u>56.0</u>	41.0
	여성	(200)	4.5	<u>68.5</u>	23.0	4.0	-	1.6	<u>69.1</u>	25.7	3.1	0.5	<u>17.0</u>	50.0	33.0	<u>21.0</u>	43.5	35.5
연령	15~19세	(100)	1.0	<u>91.0</u>	8.0	-	-	1.0	<u>89.9</u>	9.1	-	-	3.1	53.1	43.9	2.0	50.0	<u>48.0</u>
	20대	(100)	1.0	57.0	38.0	4.0	-	-	51.5	43.4	5.1	-	<u>22.2</u>	56.6	21.2	<u>27.0</u>	45.0	28.0
	30대	(100)	6.0	41.0	<u>46.0</u>	7.0	-	2.1	42.6	47.9	6.4	1.1	7.6	55.4	37.0	10.0	47.0	43.0
	40대	(76)	11.8	53.9	23.7	10.5	-	3.0	62.7	25.4	9.0	-	4.6	58.5	36.9	7.9	52.6	39.5
	50대	(24)	4.2	54.2	41.7	-	-	4.3	60.9	34.8	-	-	13.6	77.3	9.1	12.5	70.8	16.7
결혼 여부	기혼	(178)	7.3	46.6	<u>38.8</u>	7.3	-	1.2	50.9	<u>40.6</u>	7.3	-	<u>15.3</u>	55.2	29.4	15.7	48.9	35.4
	미혼	(222)	2.3	<u>72.1</u>	23.0	2.7	-	1.8	<u>70.0</u>	25.3	2.3	0.5	6.1	58.2	35.7	9.0	50.5	40.5
학력	중졸이하	(39)	2.6	<u>71.8</u>	25.6	-	-	2.6	71.1	26.3	-	-	8.1	64.9	27.0	23.1	48.7	28.2
	고졸	(212)	1.4	68.4	27.8	2.4	-	0.5	69.4	27.3	2.9	-	6.3	61.1	32.7	5.7	56.6	37.7
	대졸이상	(149)	<u>9.4</u>	47.0	34.2	9.4	-	3.0	47.4	<u>40.7</u>	8.1	0.7	<u>16.8</u>	48.1	35.1	18.1	40.3	<u>41.6</u>
한류 태도	호감	(136)	3.7	65.4	23.5	7.4	-	0.8	<u>69.5</u>	23.7	5.3	0.8	3.1	52.3	<u>44.6</u>	2.9	51.5	45.6
	보통	(202)	5.9	56.4	33.2	4.5	-	2.1	58.4	34.2	5.3	-	3.8	<u>64.0</u>	32.3	7.9	49.5	42.6
	비호감	(62)	1.6	64.5	33.9	-	-	1.6	55.7	<u>42.6</u>	-	-	<u>45.0</u>	45.0	10.0	<u>45.2</u>	46.8	8.1

(8) 한국 도서(출판물)

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

- 한국 도서 인지도는 70.0%(280명)으로 타 콘텐츠 대비 낮으나, 최근 1~2년 이내 남성, 15~19세, 미혼 집단을 중심으로 인지증이 확대되고 있음
- 한국 도서 경험률은 97.1%(272명)이며, 최초 경험 후 소비증가율은 19.9%(54명)으로 나타남
- 한국 도서에 대한 최근 호감도는 21.0%(84명)이며, 남성, 한류 호감층에서 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 17-17. 한국 도서(출판물)]



[표 17-17. 한국 도서(출판물)]

%			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)	14.5	48.0	<u>31.0</u>	6.0	0.5	1.8	58.5	<u>35.1</u>	4.7	-	5.4	<u>73.2</u>	21.4	13.5	<u>58.5</u>	<u>28.0</u>
	여성	(200)	<u>45.5</u>	44.5	8.0	2.0	-	4.6	<u>76.1</u>	16.5	2.8	-	<u>35.6</u>	47.1	17.3	<u>39.0</u>	47.0	14.0
연령	15~19세	(100)	24.0	<u>74.0</u>	2.0	-	-	1.3	<u>96.1</u>	2.6	-	-	5.3	72.0	22.7	16.0	<u>62.0</u>	22.0
	20대	(100)	10.0	57.0	31.0	2.0	-	3.3	58.9	33.3	4.4	-	<u>35.6</u>	47.1	17.2	<u>44.0</u>	33.0	23.0
	30대	(100)	35.0	28.0	31.0	6.0	-	1.5	49.2	<u>46.2</u>	3.1	-	12.5	70.3	17.2	25.0	56.0	19.0
	40대	(76)	<u>56.6</u>	25.0	9.2	7.9	1.3	6.1	57.6	24.2	12.1	-	9.7	64.5	25.8	19.7	61.8	18.4
	50대	(24)	33.3	29.2	29.2	8.3	-	6.3	37.5	50.0	6.3	-	-	80.0	20.0	20.8	54.2	25.0
결혼 여부	기혼	(178)	<u>41.0</u>	27.0	24.2	7.3	0.6	2.9	46.7	<u>42.9</u>	7.6	-	20.6	55.9	23.5	27.0	55.1	18.0
	미혼	(222)	21.2	<u>61.7</u>	15.8	1.4	-	2.9	<u>76.6</u>	18.9	1.7	-	14.7	<u>67.6</u>	17.6	25.7	50.9	23.4
학력	중졸이하	(39)	33.3	48.7	17.9	-	-	3.8	69.2	26.9	-	-	8.0	<u>76.0</u>	16.0	<u>38.5</u>	48.7	12.8
	고졸	(212)	23.1	53.8	18.9	4.2	-	1.8	69.9	26.4	1.8	-	12.5	67.5	20.0	22.2	55.7	22.2
	대졸이상	(149)	38.9	34.9	20.8	4.7	0.7	4.4	56.0	30.8	8.8	-	<u>27.6</u>	51.7	20.7	28.9	49.7	21.5
한류 태도	호감	(136)	29.4	47.8	18.4	4.4	-	3.1	66.7	25.0	5.2	-	3.2	68.8	28.0	14.0	55.1	<u>30.9</u>
	보통	(202)	33.2	38.1	23.3	5.0	0.5	1.5	58.5	<u>35.6</u>	4.4	-	9.0	70.7	20.3	20.3	60.4	19.3
	비호감	(62)	21.0	<u>69.4</u>	9.7	-	-	6.1	<u>81.6</u>	12.2	-	-	<u>67.4</u>	30.4	2.2	<u>72.6</u>	22.6	4.8

4. 한류 콘텐츠별 정보 채널

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

- 남아공은 전반적으로 'YouTube', '인터넷 무료 다운로드' 등을 통해 한류 콘텐츠를 주로 접하는 것으로 나타남

[표 17-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]

한류 콘텐츠별 정보 채널 %			드라마		영화		K-POP			
			1순위	2순위	1순위	2순위	1순위	2순위		
전체		(341)	YouTube 등 (68.3%)	인터넷 무료 다운로드 (41.3%)	(368)	YouTube 등 (71.7%)	인터넷 무료 다운로드 (37.0%)	(364)	YouTube 등 (86.0%)	인터넷 무료 다운로드 (31.0%)
성별	남성	(166)	YouTube 등 (47.0%)	인터넷 무료 다운로드 (42.2%)	(186)	YouTube 등 (55.9%)	영화관 (38.7%)	(181)	YouTube 등 (86.2%)	인터넷 카페, 블로그 등(18.8%)
	여성	(175)	YouTube 등 (89.1%)	인터넷 무료 다운로드 (40.6%)	(182)	YouTube 등 (87.9%)	인터넷 무료 다운로드(41.2%)	(183)	YouTube 등 (85.8%)	인터넷 무료 다운로드(47.5%)
연령	15~19세	(95)	YouTube 등 (64.2%)	인터넷 카페, 블로그 등 (64.2%)	(92)	YouTube 등 (69.6%)	인터넷 카페, 블로그 등 (62.0%)	(98)	YouTube 등 (94.9%)	인터넷 카페, 블로그 등(53.1%)
	20대	(99)	YouTube 등 (77.8%)	인터넷 무료 다운로드 (61.6%)	(98)	YouTube 등 (78.6%)	인터넷 무료 다운로드(55.1%)	(97)	YouTube 등 (87.6%)	인터넷 무료 다운로드(49.5%)
	30대	(77)	YouTube 등 (61.0%)	인터넷 무료 다운로드 (32.5%)	(90)	YouTube 등 (66.7%)	인터넷 무료 다운로드(35.6%)	(92)	YouTube 등 (77.2%)	인터넷 무료 다운로드(25.0%)
	40대	(52)	YouTube 등 (78.8%)	인터넷 카페, 블로그 등 (40.4%)	(68)	YouTube 등 (72.1%)	인터넷 카페, 블로그 등 (32.4%)	(56)	YouTube 등 (82.1%)	인터넷 카페, 블로그 등(26.8%)
	50대	(18)	YouTube 등 (44.4%)	인터넷 무료 다운로드(38.9%)	(20)	YouTube 등 (70.0%)	인터넷 카페, 블로그 등 (45.0%)	(21)	YouTube 등 (85.7%)	인터넷 카페, 블로그 등(38.1%)
결혼 여부	기혼	(145)	YouTube 등 (73.1%)	인터넷 무료 다운로드(39.3%)	(162)	YouTube 등 (78.4%)	인터넷 무료 다운로드(32.1%)	(152)	YouTube 등 (84.2%)	인터넷 무료 다운로드(30.9%)
	미혼	(196)	YouTube 등 (65.3%)	인터넷 카페, 블로그 등 (43.9%)	(206)	YouTube 등 (66.5%)	인터넷 무료 다운로드(40.8%)	(212)	YouTube 등 (87.3%)	인터넷 카페, 블로그 등(33.0%)
학력	중졸이하	(38)	YouTube 등 (73.7%)	TV (44.7%)	(34)	YouTube 등 (76.5%)	인터넷 무료 다운로드(52.9%)	(38)	YouTube 등 (81.6%)	인터넷 무료 다운로드(44.7%)
	고졸	(193)	YouTube 등 (60.1%)	인터넷 카페, 블로그 등 (43.0%)	(204)	YouTube 등 (63.2%)	인터넷 카페, 블로그 등 (38.2%)	(199)	YouTube 등 (88.4%)	인터넷 카페, 블로그 등(30.2%)
	대졸이상	(110)	YouTube 등 (81.8%)	인터넷 무료 다운로드(45.5%)	(130)	YouTube 등 (83.8%)	인터넷 무료 다운로드(40.0%)	(127)	YouTube 등 (83.5%)	인터넷 무료 다운로드(40.2%)
한류 태도	호감	(113)	YouTube 등 (59.3%)	인터넷 카페, 블로그 등 (48.7%)	(131)	YouTube 등 (64.1%)	인터넷 카페, 블로그 등 (41.2%)	(122)	YouTube 등 (85.2%)	인터넷 카페, 블로그 등(36.1%)
	보통	(167)	YouTube 등 (66.5%)	인터넷 카페, 블로그 등 (40.7%)	(176)	YouTube 등 (71.0%)	인터넷 카페, 블로그 등 (35.8%)	(180)	YouTube 등 (82.2%)	인터넷 카페, 블로그 등(28.9%)
	비호감	(61)	YouTube 등 (91.8%)	인터넷 무료 다운로드(77.0%)	(61)	YouTube 등 (90.2%)	인터넷 무료 다운로드(70.5%)	(62)	YouTube 등 (98.5%)	인터넷 무료 다운로드(69.4%)

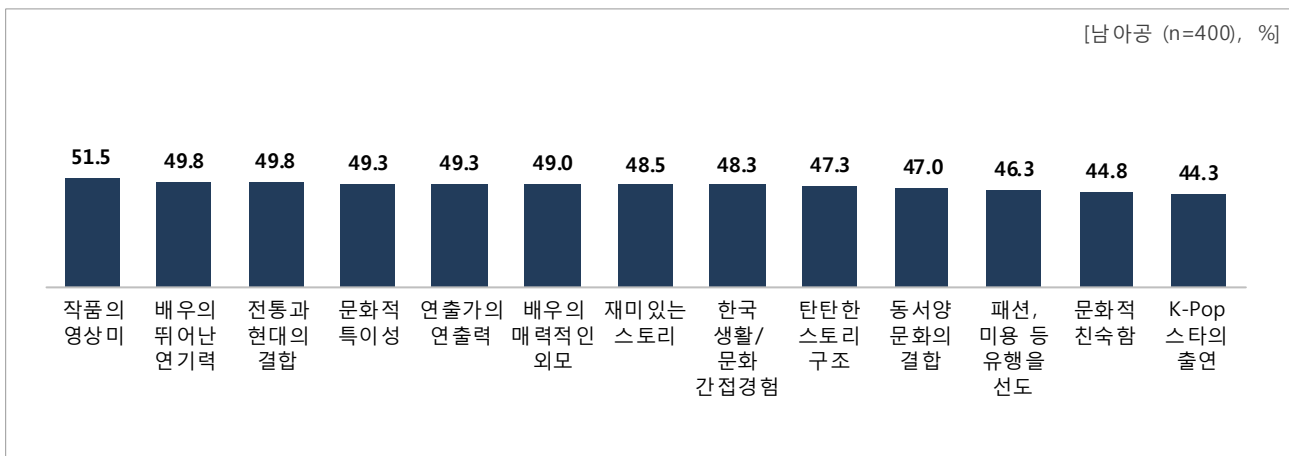
5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인

(1) 한국 드라마

Q9_1. 귀하께서는 한국 드라마의 인기요인이 무엇이라고 생각하십니까?

- 한국 드라마의 인기요인으로서는 '작품의 영상미'가 51.5%(206명)로 가장 높았으며, 그 외 '배우의 뛰어난 연기력', '전통과 현대의 결합' 순으로 높음
- 특히, 여성, 한류 호감층에서 '작품의 영상미'를 한국 드라마의 주된 인기요인으로 인식하고 있음
- '배우의 뛰어난 연기력', '전통과 현대의 결합' 또한 한류 호감층에서 인기요인으로 인식되고 있음

[그림 17-18. 한국 드라마 인기 요인]



[표 17-19. 한국 드라마 인기 요인]

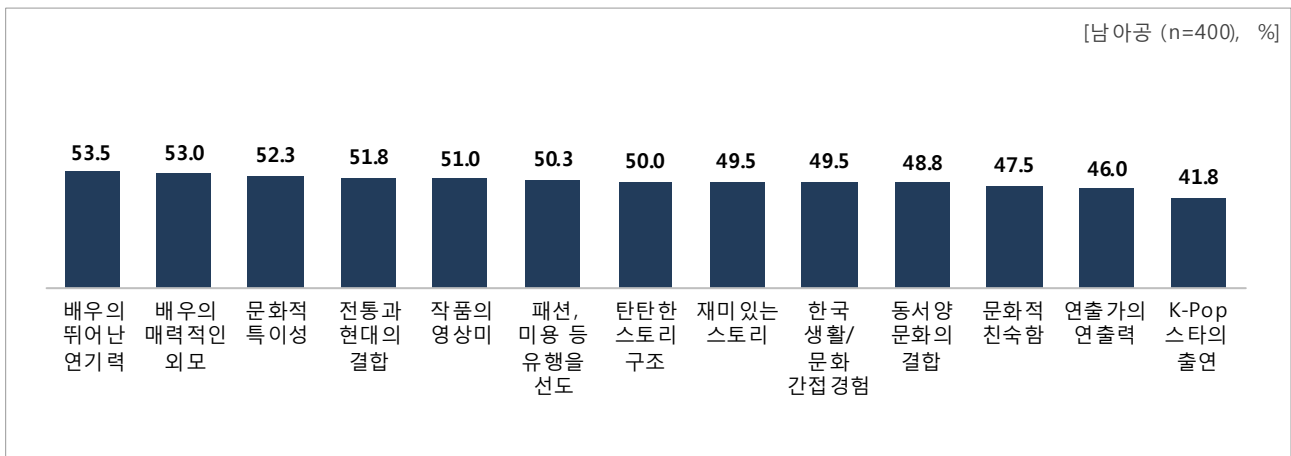
인기요인 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (76)	50대 (24)	기혼 (178)	미혼 (222)	중졸이하 (39)	고졸 (212)	대졸이상 (149)	호감 (136)	보통 (202)	비호감 (62)
작품의 영상미(세련됨, 화려함)	47.0	<u>56.0</u>	58.0	39.0	51.0	65.8	33.3	51.7	51.4	43.6	50.5	55.0	<u>66.9</u>	48.5	27.4
배우의 뛰어난 연기력	53.0	46.5	54.0	40.0	51.0	59.2	37.5	51.7	48.2	35.9	50.9	51.7	<u>65.4</u>	52.5	6.5
전통과 현대의 결합	46.5	53.0	58.0	30.0	54.0	63.2	37.5	52.2	47.7	53.8	46.7	53.0	<u>61.0</u>	49.5	25.8
문화적 특이성	44.5	54.0	52.0	41.0	46.0	<u>68.4</u>	25.0	48.3	50.0	38.5	47.2	<u>55.0</u>	55.9	51.0	29.0
연출가의 연출력	48.5	50.0	57.0	40.0	45.0	60.5	37.5	49.4	49.1	48.7	46.7	53.0	<u>60.3</u>	49.0	25.8
배우의 매력적인 외모	50.5	47.5	57.0	31.0	49.0	<u>64.5</u>	41.7	49.4	48.6	30.8	52.8	48.3	<u>64.0</u>	50.0	12.9
재미있는 스토리	46.0	51.0	57.0	38.0	50.0	55.3	29.2	50.0	47.3	43.6	45.3	54.4	58.1	50.5	21.0
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	44.0	52.5	57.0	38.0	50.0	56.6	20.8	51.7	45.5	48.7	42.9	55.7	<u>57.4</u>	49.5	24.2
탄탄한 스토리 구조	47.5	47.0	58.0	37.0	42.0	59.2	29.2	50.6	44.6	41.0	45.3	51.7	54.4	52.0	16.1
서양문화와 동양문화의 결합	47.5	46.5	52.0	34.0	47.0	59.2	41.7	51.7	43.2	33.3	48.6	48.3	52.9	51.5	19.4
패션, 미용 등 유행을 선도	41.0	51.5	56.0	32.0	44.0	61.8	25.0	45.5	46.8	48.7	42.9	50.3	55.1	46.5	25.8
문화적 친숙함	43.0	46.5	46.0	40.0	42.0	<u>59.2</u>	25.0	48.3	41.9	35.9	43.4	49.0	<u>58.1</u>	45.0	14.5
K-Pop 스타의 출연	41.0	47.5	<u>57.0</u>	36.0	39.0	48.7	33.3	43.3	45.0	41.0	42.9	47.0	<u>52.9</u>	45.5	21.0

(2) 한국 영화

Q9-2. 한국 영화의 인기요인은 무엇이라고 생각하십니까?

- 한국 영화의 인기 요인으로서는 '배우의 뛰어난 연기력'이 53.5%(214명)로 가장 높았으며, 그 외 '배우의 매력적인 외모', '문화적 특이성' 등의 순임
- 남성, 한류 호감층에서 배우의 뛰어난 연기력과 '배우의 매력적인 외모'를 한국 영화의 주된 인기 요인으로 인식하는 경향이 두드러짐

[그림 17-19. 한국 영화 인기 요인]



[표 17-20. 한국 영화 인기 요인]

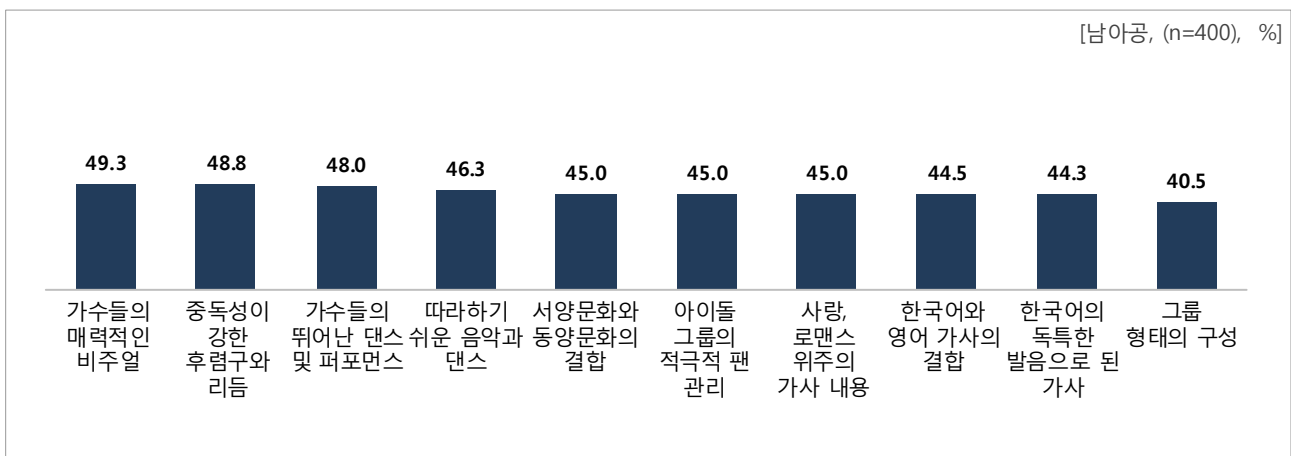
인기요인 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (76)	50대 (24)	기혼 (178)	미혼 (222)	중졸 이하 (39)	고졸 (212)	대졸 이상 (149)	호감 (136)	보통 (202)	비호감 (62)
배우의 뛰어난 연기력	<u>63.0</u>	44.0	59.0	47.0	51.0	61.8	41.7	52.2	54.5	41.0	54.7	55.0	<u>66.9</u>	56.4	14.5
배우의 매력적인 외모	<u>62.0</u>	44.0	60.0	38.0	55.0	64.5	41.7	52.2	53.6	38.5	52.8	57.0	<u>70.6</u>	53.0	14.5
문화적 특이성	48.0	56.5	50.0	42.0	56.0	<u>65.8</u>	45.8	55.6	49.5	38.5	47.2	<u>63.1</u>	58.8	54.0	32.3
전통과 현대의 결합	51.5	52.0	55.0	37.0	56.0	<u>65.8</u>	37.5	55.1	49.1	30.8	50.0	59.7	59.6	54.0	27.4
작품의 영상미(세련됨, 화려함)	50.0	52.0	50.0	38.0	57.0	<u>63.2</u>	45.8	53.4	49.1	43.6	47.2	<u>58.4</u>	<u>64.0</u>	50.5	24.2
패션, 미용 등 유행을 선도	48.5	52.0	56.0	37.0	52.0	60.5	41.7	52.2	48.6	41.0	47.6	<u>56.4</u>	<u>59.6</u>	50.0	30.6
탄탄한 스토리 구조	48.0	52.0	55.0	35.0	56.0	57.9	41.7	52.2	48.2	53.8	45.3	55.7	57.4	53.5	22.6
재미있는 스토리	49.5	49.5	52.0	34.0	56.0	61.8	37.5	53.9	45.9	38.5	45.3	<u>58.4</u>	58.8	52.0	21.0
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	47.5	51.5	55.0	30.0	53.0	<u>64.5</u>	45.8	49.4	49.5	46.2	46.2	55.0	58.1	52.0	22.6
서양문화와 동양문화의 결합	49.0	48.5	50.0	32.0	58.0	<u>61.8</u>	33.3	52.8	45.5	33.3	45.8	<u>57.0</u>	58.1	51.0	21.0
문화적 친숙함	49.5	45.5	53.0	34.0	49.0	57.9	41.7	50.0	45.5	30.8	46.2	<u>53.7</u>	<u>60.3</u>	49.5	12.9
연출가의 연출력	46.0	46.0	49.0	35.0	50.0	52.6	41.7	47.8	44.6	35.9	45.3	49.7	56.6	47.5	17.7
K-Pop 스타의 출연	39.0	44.5	46.0	26.0	48.0	47.4	45.8	44.9	39.2	30.8	41.0	45.6	49.3	44.6	16.1

(3) 한국 음악(K-POP)

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

- K-POP의 인기 요인으로 '가수들의 매력적인 비주얼'이 49.3%(197명)로 가장 높았으며 그 외 '중독성이 강한 후렴구와 리듬', '가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스' 순으로 확인 됨
- '가수들의 매력적인 비주얼'은 남성, 15~19세, 한류 호감층에서 인기 요인으로 인식되고 있으며 '중독성이 강한 후렴구와 리듬' 또한 동일 계층에서 인기 요인으로 인식되고 있음

[그림 17-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]



[표 17-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]

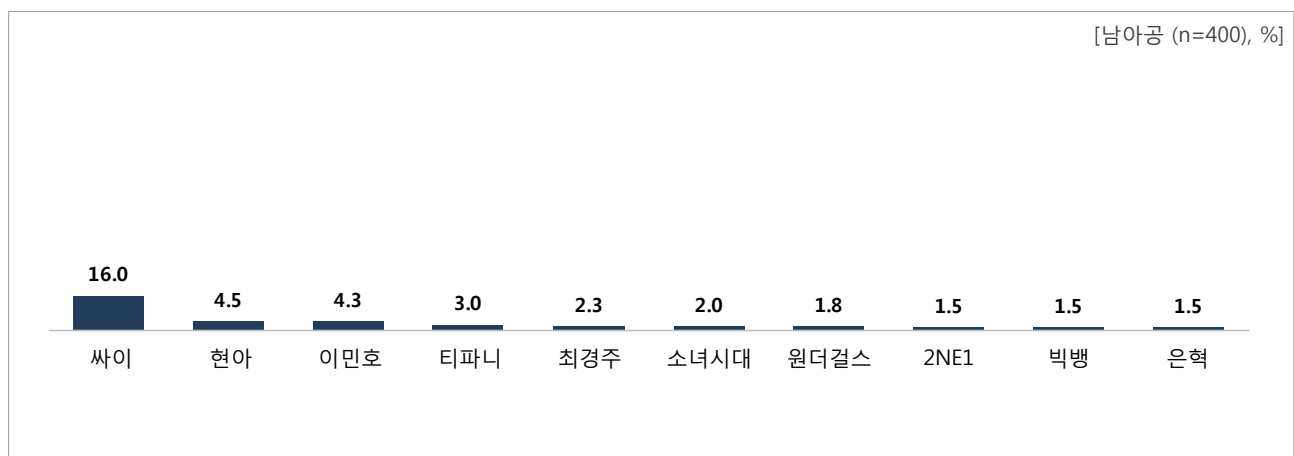
인기요인 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (76)	50대 (24)	기혼 (178)	미혼 (222)	중졸 이하 (39)	고졸 (212)	대졸 이상 (149)	호감 (136)	보통 (202)	비호감 (62)
가수들의 매력적인 비주얼(외모, 스타일)	<u>58.5</u>	40.0	<u>61.0</u>	41.0	56.0	39.5	37.5	45.5	52.3	43.6	53.8	44.3	<u>64.0</u>	51.0	11.3
중독성이 강한 후렴구와 리듬	<u>55.5</u>	42.0	<u>60.0</u>	35.0	58.0	43.4	37.5	43.8	52.7	41.0	50.9	47.7	<u>63.2</u>	50.5	11.3
가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스	51.0	45.0	<u>60.0</u>	41.0	49.0	40.8	45.8	43.3	51.8	48.7	48.6	47.0	58.8	50.5	16.1
따라하기 쉬운 음악과 댄스	42.5	50.0	<u>60.0</u>	37.0	47.0	39.5	45.8	43.3	48.6	59.0	42.9	47.7	<u>55.1</u>	46.0	27.4
서양문화와 동양문화의 결합	44.0	46.0	55.0	34.0	50.0	40.8	41.7	43.3	46.4	46.2	42.5	48.3	53.7	47.0	19.4
아이돌 그룹의 적극적 팬 관리	48.0	42.0	59.0	32.0	51.0	38.2	37.5	45.5	44.6	41.0	46.2	44.3	<u>59.6</u>	44.1	16.1
사랑, 로맨스 위주의 가사 내용	45.5	44.5	59.0	33.0	51.0	35.5	41.7	41.6	47.7	<u>51.3</u>	44.3	44.3	<u>58.1</u>	43.6	21.0
한국어와 영어 가사의 결합	42.5	46.5	58.0	34.0	49.0	38.2	33.3	43.3	45.5	43.6	43.4	46.3	<u>55.9</u>	42.6	25.8
한국어의 독특한 발음으로 된 가사	45.5	43.0	58.0	36.0	47.0	34.2	41.7	39.9	<u>47.7</u>	43.6	44.3	44.3	<u>56.6</u>	43.1	21.0
그룹 형태의 구성(다국적 멤버 참여 등)	41.5	39.5	<u>59.0</u>	28.0	44.0	31.6	29.2	36.0	44.1	43.6	39.6	40.9	<u>52.9</u>	40.1	14.5

6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타

Q10. 꼭 만나고 싶은 한류 스타는 누구입니까?

- 남아공에서 꼭 만나고 싶은 한류 스타로 '싸이'가 16.0%(64명)로 1위를 차지함
- 그 외 '현아', '이민호' 순으로 높게 나타남

[그림 17-21. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]



[표 17-22. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]

꼭 만나고 싶은 한류 스타 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	미혼	기혼	중졸이하	고졸	대졸이상	호감	보통	비호감
	(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(76)	(24)	(178)	(222)	(39)	(212)	(149)	(136)	(202)	(62)
싸이	9.5	<u>22.5</u>	20.0	16.0	19.7	16.7	21.3	11.7	11.8	24.8	12.9	<u>33.9</u>	9.6	-	13.4
현아	3.5	9.0	12.0	2.0	1.3	4.2	2.8	5.1	4.2	12.5	5.0	8.1	11.7	34.3	34.3
이민호	-	5.5	-	3.0	5.3	4.2	3.9	5.9	4.2	4.0	4.0	1.6	3.9		
티파니	2.0	2.0	9.0	1.0	-	4.2	2.8	7.7	3.8	2.2	1.5	<u>12.9</u>	11.7	34.3	34.3
최경주	2.0	8.5	3.0	5.0	1.3	-	2.8	4.5	1.9	2.7	2.0	4.8	1.3	34.3	34.3
소녀시대	3.0	9.0	4.0	1.0	1.3	-	1.1	10.3	3.3	5.9	2.0	-	2.6	34.3	34.3
원더걸스	1.0	4.0	1.0	1.0	1.3	-	0.6	3.2	2.4	2.7	2.5	-	2.4	-	3.6
2NE1	2.5	1.0	-	6.0	-	-	1.7	-	1.9	0.7	2.0	-	-		
빅뱅	3.0	2.5	1.0	4.0	-	-	1.7	1.8	2.8	3.4	1.0	1.6	-		
은혁	3.0	-	3.0	-	2.6	-	1.1	-	1.9	1.5	1.0	-	-	34.3	34.3

제17장 국가별 결과 분석 : 남아공

Ⅲ. 한류의 효과

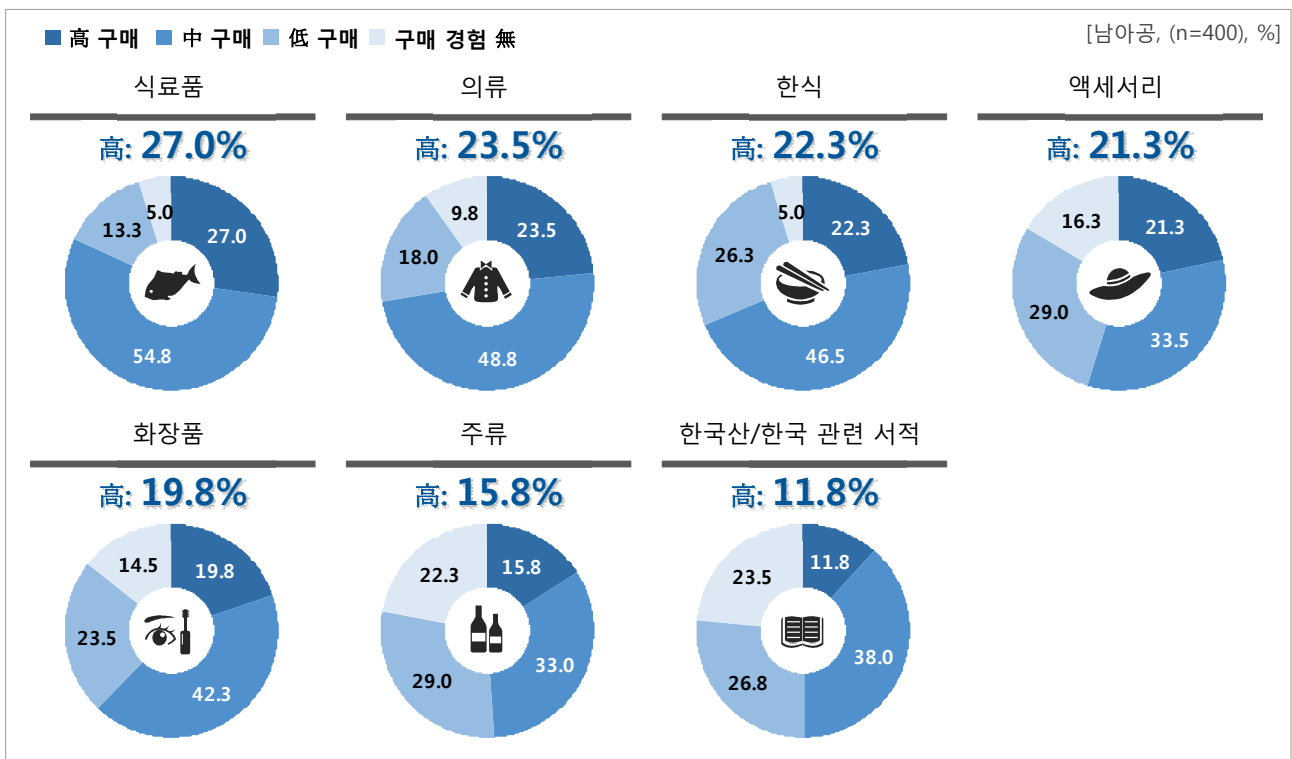
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도

(1) 생활용품 및 서비스

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

- 남아공의 경우, 한국 식료품의 고구매율이 27.0%(108명)로 한국 생활용품 및 서비스 중 가장 높으며, 그 외 의류, 한식, 액세서리의 순임
- 식료품을 제외한 생활용품 및 서비스에서는 남성의 구입 경험률이 여성 대비 높으며, 식료품은 한류 호감층의 구입 경험률이 높음

[그림 17-22. 생활용품 및 서비스 경험]



[표 17-23. 생활용품 및 서비스 경험]

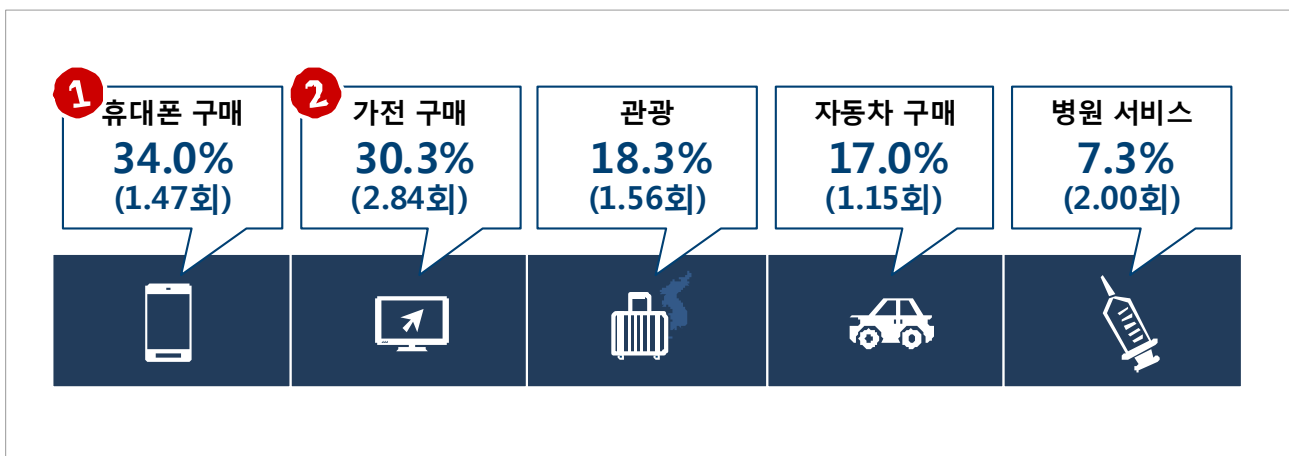
高 구매 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸이하	고졸	대졸이상	호감	보통	비호감
	(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(76)	(24)	(178)	(222)	(39)	(212)	(149)	(136)	(202)	(62)
한국 식료품을 구매	29.5	24.5	31.0	24.0	27.0	25.0	29.2	25.8	27.9	17.9	28.8	26.8	34.6	27.2	9.7
한국 의류 구매	31.0	16.0	21.0	31.0	23.0	18.4	20.8	21.3	25.2	28.2	23.1	22.8	27.9	23.8	12.9
한국 음식점에서 식사함	32.0	12.5	16.0	26.0	23.0	21.1	33.3	22.5	22.1	10.3	24.5	22.1	22.1	26.2	9.7
한국 액세서리 구매	27.5	15.0	16.0	19.0	30.0	18.4	25.0	23.0	19.8	10.3	25.5	18.1	22.1	23.8	11.3
한국 화장품 구매	26.0	13.5	22.0	17.0	26.0	14.5	12.5	17.4	21.6	23.1	20.8	17.4	22.8	21.8	6.5
한국 주류(술) 구매	27.0	4.5	12.0	17.0	21.0	10.5	20.8	17.4	14.4	2.6	20.8	12.1	12.5	20.8	6.5
한국산 또는 한국 관련 서적 구매	20.0	3.5	10.0	16.0	9.0	9.2	20.8	11.2	12.2	2.6	13.7	11.4	14.7	11.9	4.8

(2) 고가용품 및 서비스

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

- 고가 제품의 경우, '휴대폰'의 구매율이 34.0%(136명), '가전'의 구매율이 30.3%(121명)로 높게 나타남
- 가전과 휴대폰 모두, 남성, 30대 이상, 기혼, 한류 호감층에서 구매경험률이 상대적으로 높음

[그림 17-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]



[표 17-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]

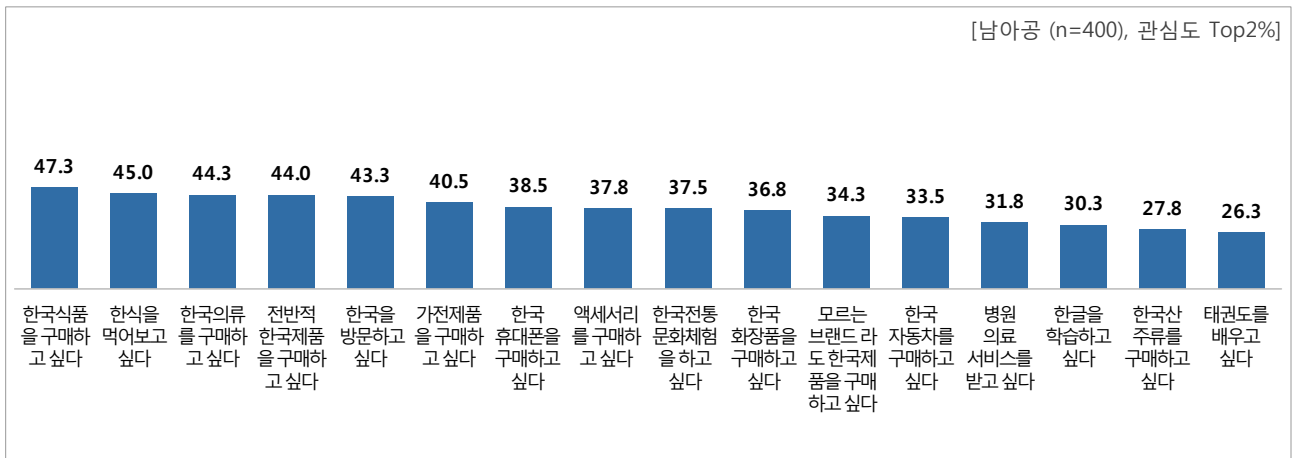
구매 및 경험정도 %		전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류 태도		
			남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (76)	50대 (24)	기혼 (178)	미혼 (222)	중졸이하 (39)	고졸 (212)	대졸이상 (149)	호감 (136)	보통 (202)	비호감 (62)
구매경험률	휴대폰	34.0	<u>40.0</u>	28.0	26.0	23.0	45.0	39.5	50.0	37.1	31.5	35.9	28.3	<u>41.6</u>	38.2	38.1	11.3
	<평균 - 회>	1.47	1.53	1.39	1.46	1.26	1.53	1.63	1.25	1.61	1.34	1.71	1.30	1.58	1.52	1.43	1.57
	가전 제품	30.3	34.5	26.0	22.0	16.0	<u>43.0</u>	<u>40.8</u>	37.5	34.3	27.0	25.6	26.4	<u>36.9</u>	36.0	32.2	11.3
	<평균 - 회>	2.84	3.16	2.42	2.00	3.88	2.86	3.00	2.44	3.30	2.38	2.30	2.77	3.02	2.90	2.91	1.86
	한국 관광	18.3	14.0	22.5	22.0	6.0	22.0	25.0	16.7	22.5	14.9	25.6	15.6	20.1	20.6	19.3	9.7
	<평균 - 회>	1.56	1.39	1.67	1.36	1.00	1.77	1.74	1.50	1.65	1.45	1.40	1.42	1.77	1.71	1.49	1.33
	자동차	17.0	17.0	17.0	5.0	11.0	27.0	25.0	25.0	21.3	13.5	12.8	9.4	<u>28.9</u>	19.9	18.8	4.8
	<평균 - 회>	1.15	1.12	1.18	1.00	1.00	1.11	1.32	1.17	1.18	1.10	1.00	1.20	1.14	1.22	1.11	1.00
	병원 서비스	7.3	8.0	6.5	5.0	6.0	10.0	6.6	12.5	7.3	7.2	7.7	6.1	8.7	7.4	7.4	6.5
	<평균 - 회>	2.00	2.50	1.38	1.20	3.67	1.70	1.80	1.33	1.15	2.69	1.00	2.77	1.46	1.50	2.60	1.00

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.

- '한국 식품 구매 의도'가 47.3%(189명)로 가장 높게 나타났으며,
그 외 '한식체험의도', '한국 의류를 구매할 의도'가 순으로 높게 나타남
- '한국 식품 구매의도'는 40대, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 나타남

[그림 17-24. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]



[표 17-25. 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 (76)	50대 (24)	기혼 (178)	미혼 (222)	중졸이하 (39)	고졸 (212)	대졸이상 (149)	호감 (136)	보통 (202)	비호감 (62)
한국 식품을 구매하고 싶다	48.5	46.0	52.0	31.0	52.0	<u>57.9</u>	41.7	48.9	45.9	35.9	46.7	<u>51.0</u>	<u>64.7</u>	46.0	12.9
한식을 먹어보고 싶다	38.5	<u>51.5</u>	45.0	37.0	48.0	52.6	41.7	47.2	43.2	35.9	38.2	<u>57.0</u>	<u>52.2</u>	45.5	27.4
한국 의류를 구매하고 싶다	46.5	42.0	47.0	39.0	47.0	47.4	33.3	42.1	45.9	30.8	45.8	45.6	<u>61.0</u>	42.6	12.9
전반적 한국 제품을 구매하고 싶다	42.5	45.5	42.0	35.0	44.0	<u>56.6</u>	50.0	45.5	42.8	38.5	39.2	<u>52.3</u>	51.5	47.5	16.1
한국을 방문하고 싶다	36.5	<u>50.0</u>	42.0	30.0	50.0	53.9	41.7	<u>49.4</u>	38.3	38.5	40.1	49.0	49.3	44.6	25.8
가전제품을 구매하고 싶다	45.0	36.0	27.0	35.0	47.0	<u>53.9</u>	50.0	<u>47.8</u>	34.7	23.1	35.4	<u>52.3</u>	48.5	43.6	12.9
한국 휴대폰을 구매하고 싶다	40.0	37.0	29.0	35.0	46.0	47.4	33.3	<u>43.3</u>	34.7	28.2	34.0	<u>47.7</u>	46.3	41.1	12.9
액세서리를 구매하고 싶다	30.0	<u>45.5</u>	31.0	39.0	40.0	42.1	37.5	40.4	35.6	35.9	35.4	<u>41.6</u>	45.6	37.6	21.0
한국전통문화체험을 하고 싶다	37.0	38.0	31.0	40.0	38.0	42.1	37.5	41.6	34.2	33.3	29.2	50.3	<u>49.3</u>	36.6	14.5
한국 화장품을 구매하고 싶다	28.5	<u>45.0</u>	41.0	29.0	37.0	42.1	33.3	37.1	36.5	33.3	35.8	38.9	<u>48.5</u>	33.2	22.6
모르는 브랜드라도 한국제품을 구매하고 싶다	36.5	32.0	22.0	36.0	38.0	43.4	33.3	<u>40.4</u>	29.3	20.5	30.2	<u>43.6</u>	36.8	39.1	12.9
한국 자동차를 구매하고 싶다	35.5	31.5	21.0	31.0	35.0	<u>51.3</u>	33.3	<u>39.9</u>	28.4	23.1	25.5	<u>47.7</u>	<u>41.2</u>	35.1	11.3
병원 의료서비스를 받고 싶다	30.5	33.0	25.0	27.0	38.0	38.2	33.3	<u>37.6</u>	27.0	23.1	27.8	<u>39.6</u>	35.3	33.2	19.4
한글을 학습하고 싶다	31.0	29.5	27.0	33.0	30.0	32.9	25.0	29.8	30.6	28.2	26.9	<u>35.6</u>	36.8	30.2	16.1
한국산 주류를 구매하고 싶다	26.5	29.0	20.0	27.0	29.0	<u>38.2</u>	25.0	<u>33.7</u>	23.0	7.7	27.8	32.9	32.4	27.2	19.4
태권도를 배우고 싶다	<u>36.0</u>	16.5	11.0	36.0	30.0	28.9	25.0	29.8	23.4	15.4	23.6	32.9	<u>33.1</u>	25.7	12.9

제17장 국가별 결과 분석 : 남아공

IV. 한류의 지속성 및 개선점

1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항

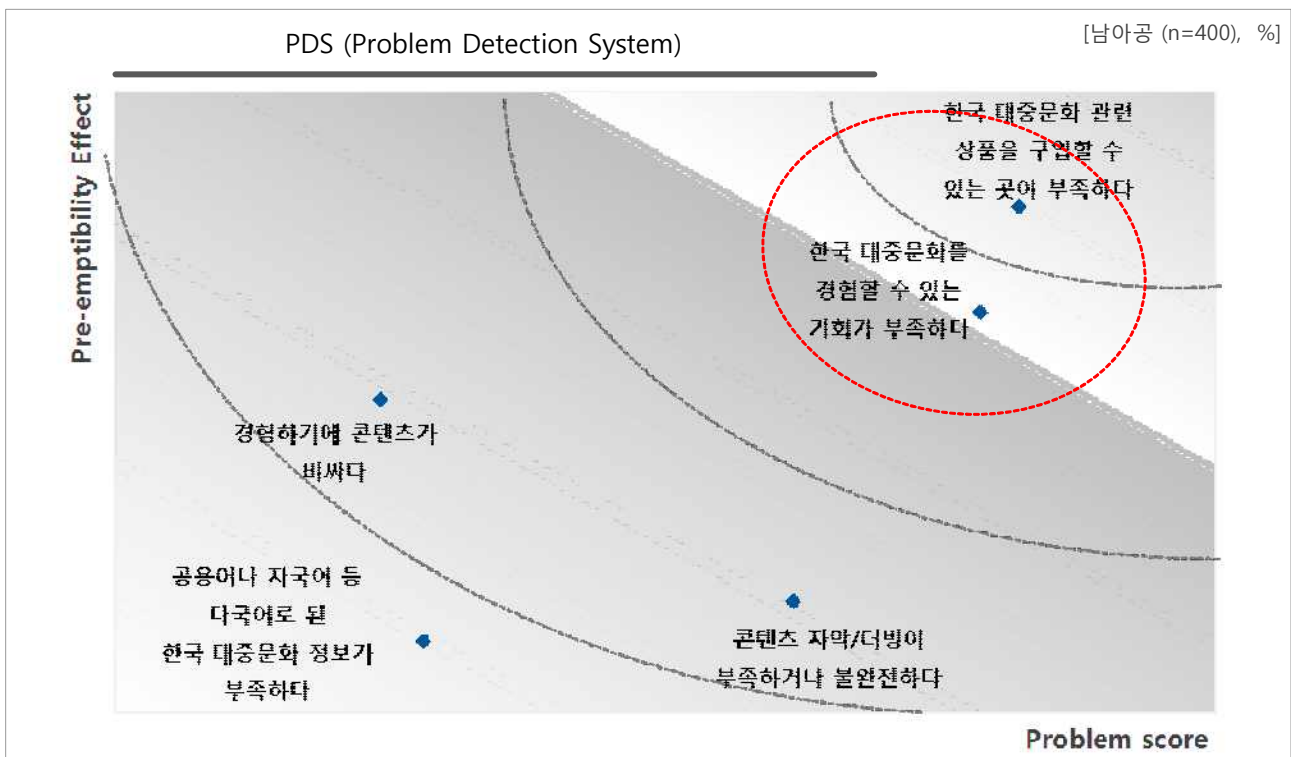
Q7_4. 한국 대중문화를 이용하는 데 다음 항목들이 얼마나 불편 하십니까?

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?

- 남아공에서는 '비싼 콘텐츠 가격'과 '공용어나 자국어로 된 한국 대중문화 정보 부족'이 불편사항으로 가장 많이 언급되고 있으나, 문제 발생빈도 및 개선 가능성을 고려한 분석 결과 남아공에서는 한국 대중문화 관련 상품을 구입할 수 있는 곳이 부족하다는 점과 한국 대중문화를 경험할 수 있는 기회가 부족하다는 점이 주 개선사항으로 파악됨
- 한류의 발전을 위해서는 한국 대중문화 관련 상품을 구입할 수 있는 Store를 점차적으로 확대할 필요성이 있을 것으로 보임

[그림 17-25. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항]



☞ Problem score = SQRT (문제심각성 * 문제발생빈도)

Pre-emptibility Effect = 시중에 해결제품이 없다는 응답비율

[표 17-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]

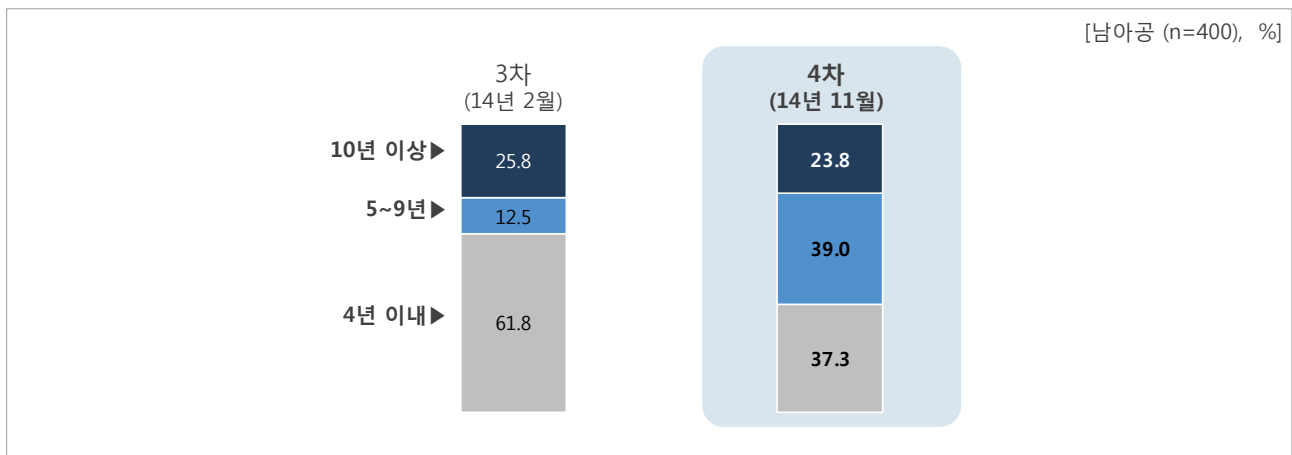
불편사항 Top2%		전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
			남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감
			(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(76)	(24)	(178)	(222)	(39)	(212)	(149)	(136)	(202)	(62)
비싼 콘텐츠 가격	3차	27.5	23.5	31.5	31.0	25.0	23.0	29.5	36.4	31.4	24.7	33.3	29.9	24.5	28.0	27.2	25.0
	4차	55.5	70.0	41.0	41.0	91.0	54.0	31.6	50.0	53.4	57.2	53.8	59.4	50.3	48.5	51.5	83.9
공용어나 자국어로 된 한국 대중문화 정보 부족	3차	76.5	76.0	77.0	75.0	74.0	76.0	82.1	77.3	76.9	76.2	78.6	71.4	79.9	83.5	69.9	83.3
	4차	55.0	67.5	42.5	43.0	97.0	52.0	26.3	33.3	49.4	59.5	59.0	59.4	47.7	47.1	50.0	88.7
콘텐츠 자막/더빙이 불완전함	3차	61.5	61.5	61.5	63.0	57.0	63.0	66.7	50.0	61.5	61.5	66.7	61.0	60.8	61.5	60.7	75.0
	4차	49.5	66.0	33.0	41.0	78.0	45.0	28.9	50.0	43.3	54.5	48.7	58.5	36.9	47.8	48.5	56.5
한류 체험 기회 부족	3차	67.5	64.0	71.0	66.0	68.0	67.0	67.9	72.7	65.7	68.8	64.3	64.3	70.6	70.3	64.6	75.0
	4차	48.5	63.5	33.5	40.0	77.0	45.0	27.6	45.8	41.0	54.5	53.8	57.1	34.9	47.1	45.0	62.9
한국대중문화 상품 구입처부족	3차	70.5	68.5	72.5	72.0	64.0	74.0	70.5	77.3	68.0	72.3	64.3	69.5	72.5	77.5	63.6	83.3
	4차	46.8	66.0	27.5	38.0	70.0	45.0	30.3	45.8	44.4	48.6	43.6	54.2	36.9	46.3	47.0	46.8

2. 한류 지속 여부

Q15_1. 귀하께서는 한류의 인기가 얼마나 오랫동안 지속될 것이라고 보십니까?

- 4년 이내에 한류의 인기가 끝날 것이라는 의견은 전체의 37.3%(149명)로 3차 조사 이후 큰 폭으로 하락한 반면, 한류가 5~9년 정도는 지속될 것이라는 의견이 39.0%(156명)로 큰 폭으로 상승하였음
- 20대, 남성 집단에서 한류가 5~9년 정도 지속될 것이라는 의견이 상대적으로 높게 나타남

[그림 17-26. 한류 지속 여부]



[표 17-27. 한류 지속 여부]

한류 지속 여부 %			4년 이내		5~9년		10년 이상	
			3차	4차	3차	4차	3차	4차
성별	남성 (200)		64.5	<u>43.0</u>	10.5	<u>41.5</u>	25.0	15.5
	여성 (200)		59.0	31.5	14.5	36.5	26.5	<u>32.0</u>
연령	15~19세 (100)		67.0	45.0	8.0	33.0	25.0	22.0
	20대 (100)		53.0	28.0	21.0	<u>60.0</u>	26.0	12.0
	30대 (100)		64.0	32.0	11.0	36.0	25.0	32.0
	40대 (76)		64.1	42.1	9.0	26.3	26.9	31.6
	50대 (24)		59.1	50.0	13.6	29.2	27.3	20.8
결혼 여부	기혼 (178)		62.7	29.8	10.7	39.9	26.6	<u>30.3</u>
	미혼 (222)		61.0	<u>43.2</u>	13.9	38.3	25.1	18.5
학력	중졸이하 (39)		78.7	<u>61.5</u>	2.4	25.6	18.9	12.8
	고졸 (212)		61.0	41.5	13.0	42.5	26.0	16.0
	대졸이상 (149)		58.9	24.8	14.2	37.6	26.9	<u>37.6</u>
한류 태도	호감 (136)		51.6	36.8	15.9	36.8	32.5	26.5
	보통 (202)		68.8	<u>43.1</u>	10.2	36.1	21.0	20.8
	비호감 (62)		91.7	19.4	-	<u>53.2</u>	8.3	27.4

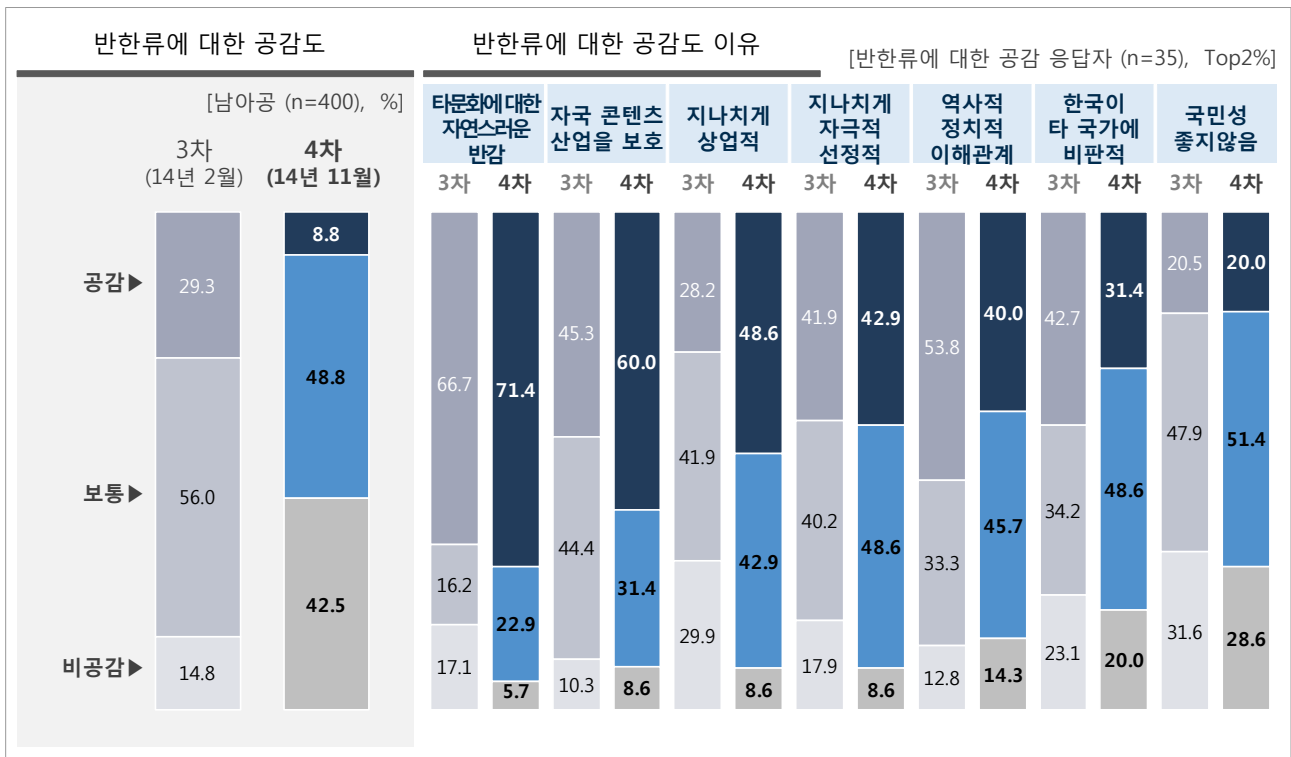
3. 반한류 공감도

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?

- 남아공의 반한류 공감율은 8.8%(35명)로 3차 조사 대비 큰 폭으로 감소함
- 반한류에 대한 공감 이유로는 '타문화에 대한 자연스러운 반감'이 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 '자국 콘텐츠 산업 보호', '지나치게 상업적' 등이 언급 됨

[그림 17-27. 반 한류 공감도와 이유]



[표 17-28. 반 한류 공감도와 이유]

반한 시위 공감율(Top2%)				타문화에 대한 자연스러운 반감		자국 콘텐츠 산업을 보호		지나치게 상업적		지나치게 자극적 선정적		역사적 정치적 이해관계		한국이 타 국가에 비판적		국민성 좋지않음		
				3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	
성별	전체	(400)	8.8	(35)	66.7	71.4	45.3	60.0	28.2	48.6	41.9	42.9	53.8	40.0	42.7	31.4	20.5	20.0
	남성	(200)	10.5	(21)	73.2	57.1	48.2	61.9	30.4	42.9	48.2	38.1	60.7	47.6	48.2	33.3	23.2	23.8
연령	여성	(200)	7.0	(14)	60.7	92.9	42.6	57.1	26.2	57.1	36.1	50.0	47.5	28.6	37.7	28.6	18.0	14.3
	15~19세	(100)	6.0	(6)	61.5	83.3	34.6	83.3	30.8	50.0	38.5	50.0	46.2	33.3	50.0	16.7	15.4	-
	20대	(100)	4.0	(4)	61.3	50.0	51.6	50.0	29.0	50.0	41.9	75.0	41.9	50.0	22.6	50.0	16.1	25.0
	30대	(100)	11.0	(11)	79.3	72.7	24.1	45.5	17.2	54.5	24.1	36.4	62.1	27.3	48.3	18.2	20.7	18.2
	40대	(76)	10.5	(8)	63.0	87.5	70.4	62.5	37.0	37.5	66.7	25.0	63.0	50.0	48.1	50.0	29.6	37.5
직업/취미	50대	(24)	25.0	(6)	75.0	50.0	50.0	66.7	25.0	50.0	25.0	50.0	75.0	50.0	75.0	33.3	25.0	16.7
	기혼	(178)	9.0	(16)	66.0	68.8	51.1	50.0	27.7	56.3	44.7	37.5	53.2	37.5	40.4	31.3	17.0	37.5
	미혼	(222)	8.6	(19)	67.1	73.7	41.1	68.4	28.6	42.1	40.0	47.4	54.3	42.1	44.3	31.6	22.9	5.3
학력	중졸이하	(39)	2.6	(1)	66.7	100.0	41.7	-	16.7	-	33.3	-	58.3	-	58.3	-	16.7	-
	고졸	(212)	8.0	(17)	57.1	76.5	38.1	52.9	31.0	47.1	40.5	47.1	54.8	35.3	45.2	29.4	19.0	11.8
	대졸이상	(149)	11.4	(17)	73.0	64.7	50.8	70.6	28.6	52.9	44.4	41.2	52.4	47.1	38.1	35.3	22.2	29.4
태권도/무술	호감	(136)	12.5	(17)	65.2	64.7	47.0	64.7	24.2	35.3	45.5	29.4	50.0	35.3	36.4	11.8	18.2	11.8
	보통	(202)	8.9	(18)	66.0	77.8	40.4	55.6	34.0	61.1	38.3	55.6	57.4	44.4	46.8	50.0	21.3	27.8
	비호감	(62)	-	-	100.0	-	75.0	-	25.0	-	25.0	-	75.0	-	100.0	-	50.0	-

4. 요약 및 결론

- 한국의 대표이미지는 K-POP이 18.0%(72명)로 1위이며, 그 외 한식, 드라마 순으로 나타남
- 한국에 대해 우호적인 국가라는 인식이 55.8%(223명)로 가장 높고, 부유한 나라, 경제적 선진국이라는 인식도 강하게 나타남
- 한국 문화 콘텐츠 중, 음악 소비량이 25.9%(104명)로 가장 높고, 그 다음으로는 드라마, 영화, 예능의 소비량이 해당 문화 콘텐츠가 20%대 수준으로 나타남
- 한국 문화 콘텐츠 중, 대중적 인기도가 가장 높은 콘텐츠는 음식이 28.0%(112명)로 가장 높으며 패션뷰티, 음악의 대중적 인기도는 20%대 수준임
- 한국 문화 관심도 및 소비지출의향에 대해, 95%대 이상이 유지 혹은 증가할 것으로 긍정적으로 평가 및 전망함
- 한류 인지도는 47.3%(189명)으로 지난 조사 대비 상승한 반면, 용어 호감도는 34.0%(136명)로 지난 조사 대비 하락함
- 한류 대표 콘텐츠로 K-POP, 한식, 한국제품, 드라마가 언급된 가운데, 최근 1~2년 이내 한국 문화 콘텐츠에 대한 인지 및 경험률이 높게 나타나고 있어 한류는 최근 들어 확대되고 있는 것으로 판단됨
- 한류 콘텐츠의 주 소비 채널은 YouTube와 인터넷 무료 다운로드와 같은 인터넷 무료 채널임
- 한류 콘텐츠별 인기요인으로, 드라마는 작품의 영상미와 배우의 뛰어난 연기력, 전통과 현대의 결합이, 영화는 배우의 뛰어난 연기력과 배우의 매력적인 외모가, K-POP은 가수들의 매력적인 비주얼, 중독성 강한 후렴구와 리듬이 주된 인기 요인으로 언급 됨
- 한국 제품은 주로 식료품, 의류, 가전, 휴대폰 등을 구매/경험하였고, 한국 식품 구매 의도, 한국 음식점에서 식사를 할 의도 및 전반적 한국제품 구매의도 등이 40%대 이상으로 높게 나타남
- 한류 이용 시 한국 문화 관련 상품을 구입할 수 있는 곳이 부족하다는 점과 한국 대중문화를 경험할 수 있는 기회가 부족하다는 점이 불편사항으로 인식됨에 따라, 이에 대한 개선이 필요함
- 한류의 인지도는 4년 이내에 끝날 것이라는 의견이 전체의 37.3%(149명)로 지난 3차 조사 이후 큰 폭으로 하락한 반면, 5~9년 정도는 이상 지속될 것이라는 의견이 큰 폭으로 상승함
- 반 한류 공감도는 8.8%(35명)로 타문화에 대한 자연스러운 반감, 자국 콘텐츠 산업 보호 등이 주된 반 한류 공감 이유임
- 남아공은 한류에 대한 인식이 긍정적이고 이용량 및 향후 관심도 또한 높은 수준이나 최근 1~2년 이내 한류 콘텐츠가 급격하게 확산되는 모습을 보이고 있어, 초기 한류에 대한 긍정적 평가가 유지될 수 있도록 지속적인 관심이 요구됨