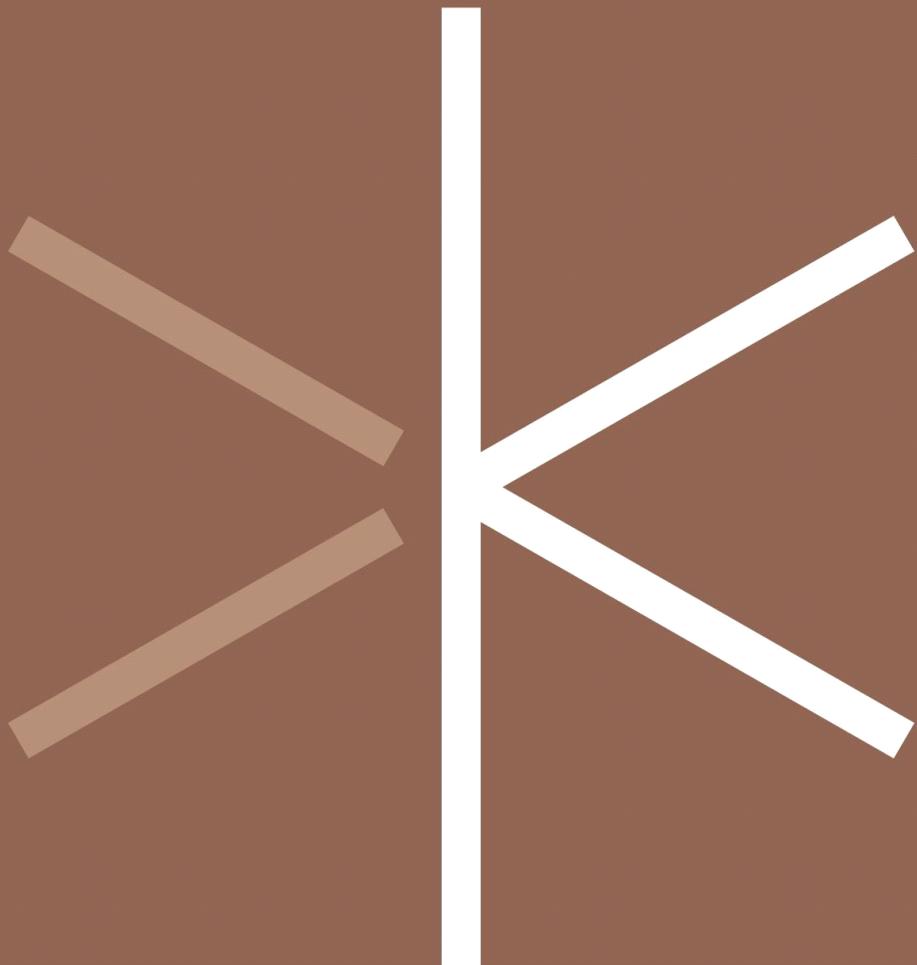


2025 해외한류실태조사

2025 OVERSEAS HALLYU SURVEY

이용자 가이드북

2025-01
연례조사



이용자 가이드북

- ◆ 본 자료는 「해외한류실태조사」 자료 이용자의 이해를 돋고자 조사와 원시 자료 이용 방법을 소개하고, 데이터 변수에 대한 가이드를 수록한 안내서입니다.

목차

제1장. 조사 소개

제2장. 데이터 변수 가이드



제1장

조사 소개

제1절 조사 개요

1. 조사 목적

본 조사는 해외 주요 국가의 한류 경험자를 대상으로 한류 콘텐츠 이용 현황과 인식을 측정해, 한류 확산 수준을 추적·비교할 수 있는 기초자료 제공을 주요 목적으로 한다. 수집된 자료는 지속 가능한 한류 생태계와 해외 시장 환경 조성을 위한 정부 정책 수립에 활용되며, 해외 진출을 희망하는 관련 업계의 비즈니스 전략 수립 기초자료로 기능한다.

2. 조사 연혁

조사 시점	내용
2012년 2월(1차)	<ul style="list-style-type: none">조사국가 : 총 9개국(중국, 일본, 대만, 태국, 미국, 브라질, 프랑스, 영국, 러시아)조사대상 : 15~59세 미만 남녀 중 한국 문화콘텐츠 경험자표본 규모 : 3,600표본
2012년 12월(2차)	<ul style="list-style-type: none">조사국가 : 총 9개국조사대상 변경 : 15~49세 남녀 중 한국 문화콘텐츠 경험자
2014년 2월(3차)	<ul style="list-style-type: none">조사국가 : UAE, 남아프리카공화국 추가 총 11개국조사대상 확대 : 15~59세 남녀 중 한국 문화콘텐츠 경험자표본 규모 확대 : 3,600표본 → 4,400표본(국가별 400표본)
2014년 11월(4차)	<ul style="list-style-type: none">조사국가 : 인도네시아, 말레이시아, 호주 추가 총 14개국표본 규모 확대 : 4,400표본 → 5,600표본(국가별 400표본)
2015년 11월(5차)	<ul style="list-style-type: none">조사국가 : 총 14개국표본 규모 확대 : 5,600표본 → 6,500표본(국가별 표본 상이)
2016년 11월(6차)	<ul style="list-style-type: none">조사국가 : 인도 추가 총 15개국표본 규모 확대 : 6,500표본 → 7,200표본
2017년 11월(7차)	<ul style="list-style-type: none">조사국가 : 튀르키예 추가 총 16개국표본 규모 확대 : 7,200표본 → 7,800표본
2018년 11월(8차)	<ul style="list-style-type: none">조사국가 : 총 16개국문항 추가 : 온라인/모바일 플랫폼 접촉경로표본 규모 축소 : 7,800표본 → 7,500표본
2019년 11월(9차)	<ul style="list-style-type: none">조사국가 : 베트남 추가 총 17개국표본 규모 확대 : 7,500표본 → 8,000표본국가 추가를 위한 사전 조사 : 사우디아라비아, 캐나다, 멕시코, 아르헨티나, 독일, 카자흐스탄
2020년 10월(10차)	<ul style="list-style-type: none">조사국가 : 아르헨티나 추가 총 18개국표본 규모 확대 : 8,000표본 → 8,500표본
2021년 11월(11차)	<ul style="list-style-type: none">조사국가 : 총 18개국국가별 표본규모 변경 : 국가별 인구 규모 고려해 400/500/600표본으로 배분
2022년 11월(12차)	<ul style="list-style-type: none">조사국가 : 카자흐스탄, 캐나다, 멕시코, 이탈리아, 스페인, 독일, 사우디아라비아, 이집트 추가 총 26개국표본 규모 확대 : 25,000표본(국가별 800~1,200표본)콘텐츠 분류 변경 : '출판물(도서/전자책/만화/웹툰)'을 '출판물(도서/전자책)'과 '웹툰'으로 분리
2023년 11월(13차)	<ul style="list-style-type: none">조사국가 : 총 26개국국가별 표본 규모 변경 : 25,000표본(국가별 700~1,600표본)콘텐츠 분류명 변경 : '패션'을 '패션 제품'에서 '패션 제품/스타일'로 변경
2024년 11월(14차)	<ul style="list-style-type: none">조사국가 : 홍콩, 필리핀 추가 총 28개국표본 규모 확대 : 26,400표본(국가별 700~2,100표본)표본 설계 개선 : 국가별 및 지역별 인구 크기 고려, 40·50대 연령층 분리조사 분야 추가 : 한국어(한국어 인식, 학습 및 이용 행태 등)조사 문항 추가 : 문화적 다양성 표현의 불편/부족한 점, 인구통계학 문항(채식주의자 여부, 젠더 등) 추가

3. 조사 주기

1년 주기로 매년 조사한다.

제2절 조사 설계

1. 조사 대상

본 조사의 대상자는 11개의 한국 문화콘텐츠 중 1개 이상 경험한 적이 있는 15~59세 남녀 현지인(한류 경험자)이다.

한국 문화콘텐츠별 경험 여부는 다음의 질문으로 확인하며, 11개 콘텐츠 중 1개 이상 ‘1. 있음’으로 선택한 경우 ‘한류 경험자’로 보고 조사를 진행했다.

Q. 귀하가 이용 경험이 있는 한국 문화콘텐츠를 모두 선택해 주십시오.

콘텐츠	있음	없음
1. 한국 드라마	1	2
2. 한국 예능 프로그램	1	2
3. 한국 영화	1	2
4. 한국 음악(K-pop)	1	2
5. 한국 애니메이션	1	2
6. 한국 출판물(도서, 전자책 등)	1	2
7. 한국 웹툰	1	2
8. 한국 게임	1	2
9. 한국 패션	1	2
10. 한국 뷰티	1	2
11. 한국 음식	1	2

- 신규 분야인 ‘한국어’는 다른 문화콘텐츠 경험에서도 접촉할 수 있는 분야이자 타 콘텐츠 대비 경험률이 상대적으로 낮을 것으로 예상되어 한국 문화콘텐츠 경험자 선정 항목에 포함하지 않음

아랍에미리트(이하 UAE)는 전체 인구 약 1,250만 명 중 자국민은 약 117만 명(11.5%)으로 적고, 주로 외국인 이주민 약 1,106만 명(88.5%)으로 구성¹⁾되어 제3국민도 조사대상에 포함했다.

2. 조사 대상 국가

기존 26개 국가 외에 홍콩, 필리핀 2개 지역을 추가해 총 28개국을 대상으로 조사했다.

권역	국가(지역)
아시아·태평양(12개국)	중국, 일본, 대만, 태국, 말레이시아, 인도네시아, 인도, 베트남, 카자흐스탄, 호주, 홍콩, 필리핀
미주(5개국)	미국, 캐나다, 멕시코, 브라질, 아르헨티나
유럽(7개국)	영국, 프랑스, 이탈리아, 스페인, 독일, 러시아, 튀르키예
중동(2개국)	UAE, 사우디아라비아
아프리카(2개국)	이집트, 남아프리카공화국

1) UNITED ARAB EMIRATES POPULATION STATISTICS 2024

3. 조사 수행

주관기관 : 문화체육관광부·한국국제문화교류진흥원

수행기관 : (주)케이스탯리서치

4. 조사 기간

예비조사 : 2024년 11월 11일 ~ 11월 25일

본조사 : 2024년 11월 29일 ~ 12월 27일

5. 조사 방법

해외 온라인 패널 가입자를 대상으로 구조화된 설문지를 이용한 자기기입식 방식으로 조사했으며, 온라인 패널 편향을 보완하기 위해 2개의 해외 온라인 패널사의 패널을 활용했다.

6. 표본 설계

표본 규모 : 총 26,400표본

표본 추출 단계

단계		표본 배분 방법
1단계	국가별 표본 배분	국가별로 500표본씩 기본 배분한 후 잔여 표본을 국가별 인구 비중에 따라 제곱근 비례 배분 (신규 국가인 '필리핀', '홍콩'은 700표본씩 기본 배분만 함)
2단계	지역별 표본 배분	국가 내 지역별 인구 비중에 따라 비례 배분
3단계	성·연령별 표본 배분	15~19세, 20대, 30대 연령층은 동일 비중 배분 후 잔여 표본은 40~50대 연령층 표본으로 배분. 40대와 50대 연령층은 구분한 후 동일 비중으로 배분

- 40대와 50대의 한국 문화콘텐츠 경험 특성이 동일하지 않고, 두 연령층을 통합해 조사할 경우 실제 인구 비중과는 다르게 온라인 활동이 상대적으로 많은 40대가 더 많이 표집될 가능성이 크기 때문에 40대와 50대를 구분한 후 동일 비중으로 표본 배분함

7. 가중치 산출

온라인 조사를 통해 확보한 조사 표본은 국가별·지역별·성별·연령별 목표 표본과 같게 되도록 사후 가중치를 적용해 분석했으며, 산출식은 다음과 같다.

- N : 목표 표본 수
- i : 국가(28개 국가)
- n : 조사 표본 수
- j : 국가 내 지역
- k : 성별(남, 여)
- l : 연령(15세~19세, 20대, 30대, 40대, 50대)

$$\text{가중치 } (wt_{ijkl}) = \frac{N_{ijkl}}{n_{ijkl}}, i=1,2\sim28, j=1,2\sim92, k=1,2, l=1,2,3,4,5$$

8. 표본 배분

(단위: 표본)

권역	지역별	계	남성					여성				
			15~19세	20대	30대	40대	50대	15~19세	20대	30대	40대	50대
	전체	26,400	3,312	3,310	3,312	1,645	1,621	3,310	3,312	3,310	1,647	1,621
아시아-태평양	중국	2,100	263	263	263	131	130	263	263	263	130	131
	동부연안	856	107	107	107	54	53	107	107	107	53	54
	동북부	150	19	19	19	9	9	19	19	19	9	9
	중부	568	71	71	71	35	36	71	71	71	36	35
	서부	526	66	66	66	33	32	66	66	66	32	33
	일본	1,000	126	125	126	62	61	125	126	125	62	62
	북부	104	13	13	13	7	6	13	13	13	6	7
	간토	368	46	46	46	23	23	46	46	46	23	23
	중부	342	43	43	43	21	21	43	43	43	21	21
	남부	186	24	23	24	11	11	23	24	23	12	11
	대만	750	94	94	94	47	46	94	94	94	47	46
	북부	368	46	46	46	23	23	46	46	46	23	23
	중동부	172	22	21	22	11	10	21	22	21	11	11
	남부	210	26	27	26	13	13	27	26	27	13	12
	태국	850	106	107	106	54	52	107	106	107	53	52
	방콕	172	22	21	22	11	10	21	22	21	11	11
	중부	204	25	26	25	13	13	26	25	26	13	12
	북동부	318	40	40	40	20	19	40	40	40	19	20
	남부	156	19	20	19	10	10	20	19	20	10	9
	말레이시아	730	92	92	92	45	44	92	92	92	45	44
	중부	246	31	31	31	15	15	31	31	31	15	15
	동북부	210	27	26	27	13	12	26	27	26	13	13
	그 외	274	34	35	34	17	17	35	34	35	17	16
	인도네시아	1,200	151	150	151	74	74	150	151	150	75	74
	수마트라	256	32	32	32	16	16	32	32	32	16	16
	자와	678	85	85	85	42	42	85	85	85	42	42
	그 외	266	34	33	34	16	16	33	34	33	17	16
	인도	1,850	231	232	231	116	115	232	231	232	115	115
	중북부	1,136	142	142	142	71	71	142	142	142	71	71
	서부	286	36	36	36	18	17	36	36	36	17	18
	남부	428	53	54	53	27	27	54	53	54	27	26
	베트남	900	112	113	112	57	56	113	112	113	57	55
	북부	316	39	40	39	20	20	40	39	40	20	19
	중부	236	30	29	30	15	14	29	30	29	15	15
	남부	348	43	44	43	22	22	44	43	44	22	21
	카자흐스탄	700	88	87	88	43	44	87	88	87	45	43
	북서부	264	33	33	33	16	17	33	33	33	17	16
	중부	100	13	12	13	6	6	12	13	12	7	6
	남부	336	42	42	42	21	21	42	42	42	21	21
	호주	710	89	89	89	44	44	89	89	89	45	43
	동북부	144	18	18	18	9	9	18	18	18	9	9
	동중부	234	30	29	30	14	14	29	30	29	15	14
	중서부	132	16	17	16	9	8	17	16	17	8	8
	동남부	200	25	25	25	12	13	25	25	25	13	12
	홍콩	700	87	88	87	44	44	88	87	88	44	43
	필리핀	700	88	88	88	43	43	88	88	88	44	42
	북부	408	51	51	51	25	26	51	51	51	26	25
	중부	130	17	16	17	8	7	16	17	16	8	8
	남부	162	20	21	20	10	10	21	20	21	10	9

<계속>

(단위: 표본)

권역	지역별	계	남성					여성				
			15~19세	20대	30대	40대	50대	15~19세	20대	30대	40대	50대
	전체	26,400	3,312	3,310	3,312	1,645	1,621	3,310	3,312	3,310	1,647	1,621
미주	미국	1,300	163	162	163	81	81	162	163	162	82	81
	북동부	224	28	28	28	14	14	28	28	28	14	14
	중서부	264	33	33	33	16	17	33	33	33	17	16
	서부	312	39	39	39	20	19	39	39	39	19	20
	남부	500	63	62	63	31	31	62	63	62	32	31
	캐나다	800	100	101	100	51	48	101	100	101	49	49
	북서부	260	32	33	32	17	16	33	32	33	16	16
	대서양	226	29	28	29	14	13	28	29	28	14	14
	온타리오	314	39	40	39	20	19	40	39	40	19	19
	멕시코	960	121	120	121	59	59	120	121	120	60	59
	북부	330	42	41	42	20	20	41	42	41	21	20
	남부	374	47	47	47	23	23	47	47	47	23	23
	기타	256	32	32	32	16	16	32	32	32	16	16
	브라질	1,100	137	138	137	70	68	138	137	138	69	68
	북동부	372	46	47	46	24	23	47	46	47	23	23
	남동부	460	58	57	58	29	28	57	58	57	29	29
	서남부	268	33	34	33	17	17	34	33	34	17	16
	아르헨티나	800	101	100	101	50	48	100	101	100	50	49
	부에노스아이레스	354	45	44	45	22	21	44	45	44	22	22
	북부	170	21	22	21	11	10	22	21	22	10	10
	중서남부	276	35	34	35	17	17	34	35	34	18	17
유럽	영국	850	107	106	107	53	52	106	107	106	54	52
	북동부	324	41	40	41	20	20	40	41	40	21	20
	서남부	240	30	30	30	15	15	30	30	30	15	15
	런던	140	17	18	17	9	9	18	17	18	9	8
	잉글랜드 외	146	19	18	19	9	8	18	19	18	9	9
	프랑스	850	107	107	107	52	52	107	107	107	53	51
	북부	354	44	45	44	22	22	45	44	45	22	21
	파리	174	22	22	22	10	11	22	22	22	11	10
	남부	322	41	40	41	20	19	40	41	40	20	20
	이탈리아	840	106	105	106	51	52	105	106	105	53	51
	북부	398	50	50	50	24	25	50	50	50	25	24
	중부	180	23	22	23	11	11	22	23	22	12	11
	남부	262	33	33	33	16	16	33	33	33	16	16
	스페인	800	100	101	100	50	49	101	100	101	49	49
	북부	292	36	37	36	19	18	37	36	37	18	18
	중부	302	38	38	38	19	18	38	38	38	18	19
	남부	206	26	26	26	12	13	26	26	26	13	12
	독일	900	114	113	114	55	54	113	114	113	55	55
	북부	162	21	20	21	10	9	20	21	20	10	10
	동부	150	19	19	19	9	9	19	19	19	9	9
	남부	270	34	34	34	16	17	34	34	34	17	16
	서부	318	40	40	40	20	19	40	40	40	19	20
	러시아	1,000	125	126	125	62	62	126	125	126	63	60
	북서/우랄	200	25	25	25	12	13	25	25	25	13	12
	동부	164	21	20	21	10	10	20	21	20	11	10
	중앙	274	34	35	34	17	17	35	34	35	17	16
	서부	362	45	46	45	23	22	46	45	46	22	22
	튀르키예	880	110	111	110	55	54	111	110	111	54	54
	북동부	230	29	29	29	14	14	29	29	29	14	14
	중부	254	32	32	32	16	15	32	32	32	15	16
	서부	396	49	50	49	25	25	50	49	50	25	24

<계속>

(단위: 표본)

권역	지역별	계	남성					여성				
			15~19세	20대	30대	40대	50대	15~19세	20대	30대	40대	50대
	전체	26,400	3,312	3,310	3,312	1,645	1,621	3,310	3,312	3,310	1,647	1,621
중동	UAE	700	88	88	88	44	42	88	88	88	43	43
	아부다비	130	16	17	16	8	8	17	16	17	8	7
	두바이	254	32	32	32	16	15	32	32	32	15	16
	그 외	316	40	39	40	20	19	39	40	39	20	20
	사우디아라비아	730	92	91	92	45	45	91	92	91	46	45
	리야드	202	26	25	26	12	12	25	26	25	13	12
	메카	184	23	23	23	11	12	23	23	23	12	11
	기타	344	43	43	43	22	21	43	43	43	21	22
아프리카	남아프리카공화국	800	101	100	101	50	48	100	101	100	50	49
	북동부	302	38	38	38	18	19	38	38	38	19	18
	중부	172	22	21	22	11	10	21	22	21	11	11
	서부	116	14	15	14	8	7	15	14	15	7	7
	하우텡	210	27	26	27	13	12	26	27	26	13	13
	이집트	900	113	113	113	57	54	113	113	113	55	56
	북부	314	39	40	39	20	19	40	39	40	19	19
	동부	190	24	24	24	12	11	24	24	24	11	12
	중서부	240	30	30	30	15	15	30	30	30	15	15
	남부	156	20	19	20	10	9	19	20	19	10	10

제3절 조사 내용

1. 조사내용

영역	항목
한국 인식	한국에 대한 인식
	한국에 대한 전반적 인식
	한국 연상 이미지
한류소비 (드라마~음식)	한국 문화콘텐츠 이용 용이성
	한국 문화콘텐츠 접촉경로
	한국 문화콘텐츠 온라인·모바일 시청 유형
	한국 문화콘텐츠 접촉 온라인·모바일 플랫폼
	한국 문화콘텐츠 이용량/지출금액
	한국 문화콘텐츠 호감 정도
	한국 문화콘텐츠 호감요인
	한국 문화콘텐츠 호감 저해요인
	자국 내 해외 인기 콘텐츠의 국가
한류인식	한국 문화콘텐츠 자국 내 인기 정도
	한국 문화콘텐츠 관심 정도
	한국 문화콘텐츠 유료 이용의향
	한국 문화콘텐츠 전반적 호감 정도
한류영향	최근 1년간 한국산 제품 구매 빈도
	최근 4년간 한국산 제품/서비스 구매 횟수
	한국 제품/서비스 구매의향
	한국 문화콘텐츠 소비의 한국 제품/서비스 구매 및 이용영향
한국어	한국어 학습경험 및 학습형태
	한국어 학습 미경험 이유 및 향후 의향
	한국어 인식: 호감도, 거부감 등
	한국어 관계 형성: 한국어 식별, 학습기관 접근 용이성 등
응답자 특성	성
	연령
	거주 지역
	결혼 여부
	종교
	사회적 성별(젠더)
직업	
최종 학력	
연평균 가구소득	
채식주의자 여부 및 단계	
국적	

- 아랍권 국가(사우디아라비아, 이집트, 튀르키예, UAE-현지인)는 종교적인 이슈로 주류 관련 질문이 불가해 '최근 1년간 한국산 제품 구매 빈도'와 '한국 제품/서비스 구매의향' 질문 세부 항목 중 '주류(술)' 제외

2. 한국 문화콘텐츠 분야

본 조사에서 한국 문화콘텐츠는 기존 11개 분야에 ‘한국어’ 분야를 추가해 12개 분야로 구분해 조사했다. ‘패션’, ‘뷰티’ 분야는 2023년에 ‘패션 제품/스타일’, ‘뷰티 제품’으로 표기했으나, 2024년부터 제품 구매 경험 및 횟수 등과 같은 소비자 관련 문항까지 포함되었으므로 ‘패션’, ‘뷰티’로 분야명을 변경했다.

연도	내용
2016 (6차)	드라마, 예능 프로그램, 영화, 음악, 애니메이션/만화, 도서(출판물), 웹툰, 온라인/모바일 게임, 패션/뷰티 제품, 음식
2017 (7차)	드라마, 예능 프로그램, 영화, 음악, 애니메이션, 만화, 도서(출판물), 캐릭터 상품, 온라인/모바일 게임, 패션/뷰티 제품, 음식
2018 (8차)	드라마, 예능 프로그램, 영화, 음악, 애니메이션, 도서(웹툰, 만화 포함), 온라인/모바일 게임, 패션 제품, 뷰티 제품, 음식
2019 (9차)	드라마, 예능 프로그램, 영화, 음악, 애니메이션, 출판물(도서, 전자책, 만화, 웹툰, 웹소설 등), 게임, 패션 제품, 뷰티 제품, 음식
2020 (10차)	드라마, 예능 프로그램, 영화, 음악, 애니메이션, 출판물(도서, 전자책, 만화, 웹툰 등), 게임, 패션 제품, 뷰티 제품, 음식
2021 (11차)	드라마, 예능 프로그램, 영화, 음악, 애니메이션, 출판물(도서, 전자책, 만화, 웹툰 등), 게임, 패션 제품, 뷰티 제품, 음식
2022 (12차)	드라마, 예능 프로그램, 영화, 음악, 애니메이션, 출판물(도서, 전자책 등), 웹툰, 게임, 패션 제품, 뷰티 제품, 음식
2023 (13차)	드라마, 예능 프로그램, 영화, 음악, 애니메이션, 출판물(도서, 전자책 등), 웹툰, 게임, 패션 제품/스타일, 뷰티 제품, 음식
2024 (14차)	드라마, 예능 프로그램, 영화, 음악, 애니메이션, 출판물(도서, 전자책 등), 웹툰, 게임, 패션, 뷰티, 음식, 한국어

- 2015년 이전은 문항별로 콘텐츠 분류가 달라 혼선을 고려해 미제시
- 밑줄과 굵은 글씨로 표시한 콘텐츠는 전년 대비 변경된 사항

3. 응답 방식

‘한국어’ 분야를 제외한 11개 문화콘텐츠별 경험 여부 문항에서 하나 이상 경험이 있는 응답자를 대상으로 해당 분야에 대한 ‘한류 소비실태’를 질문했다. 다만 한류 확산에 따른 복수 장르 경험자를 감안해, 응답자로 품질 저하를 방지하기 위해 경험분야 응답을 최대 6개까지 조정했다. 또한 2024년에 추가된 ‘한국어’ 분야는 타 콘텐츠 대비 경험률이 상대적으로 낮을 것으로 예상되어 대상자 선정 질문에서는 제외하고, 전체 한류 경험자에게 ‘한국어’ 학습 경험을 별도로 질문했다. 학습 경험 여부에 이어서는 다른 분야와 마찬가지로 ‘한류 소비실태’ 질문을 진행했다.



제2장

데이터 변수 가이드

변수	위치	레이블	측정 수준
IDX	1	ID	척도
SQ1AA	2	SQ1-1A. 귀하가 거주하는 국가/지역은 다음 중 어디입니까?	척도
SQ1AB	3	SQ1-1B. (#SQ1-1A 응답 거주 국가/지역)의 어느 지역(주·도시)에서 거주하십니까?	척도
SQ1B	4	SQ1-2. 귀하의 국적은 어떻게 되십니까?	척도
SQ2	5	SQ2. 귀하의 성별은 어떻게 됩니까?	명목
SQ3	6	SQ3. 귀하의 연령은 어떻게 됩니까? [단위:세]	척도
SQ3A	7	SQ3. 귀하의 연령은 어떻게 됩니까? [연령대]	명목
SQ4A_13	8	SQ4-1. 인지 국가-13. 미국	명목
SQ4A_2	9	SQ4-1. 인지 국가-02. 일본	명목
SQ4A_18	10	SQ4-1. 인지 국가-18. 영국	명목
SQ4A_19	11	SQ4-1. 인지 국가-19. 프랑스	명목
SQ4A_22	12	SQ4-1. 인지 국가-22. 독일	명목
SQ4A_14	13	SQ4-1. 인지 국가-14. 캐나다	명목
SQ4A_20	14	SQ4-1. 인지 국가-20. 이탈리아	명목
SQ4A_90	15	SQ4-1. 인지 국가-90. 한국	명목
SQ4A_1	16	SQ4-1. 인지 국가-01. 중국	명목
SQ4A_7	17	SQ4-1. 인지 국가-07. 인도	명목
SQ4A_6	18	SQ4-1. 인지 국가-06. 인도네시아	명목
SQ4A_26	19	SQ4-1. 인지 국가-26. 사우디아라비아	명목
SQ4A_10	20	SQ4-1. 인지 국가-10. 호주	명목
SQ4A_17	21	SQ4-1. 인지 국가-17. 아르헨티나	명목
SQ4A_16	22	SQ4-1. 인지 국가-16. 브라질	명목
SQ4A_15	23	SQ4-1. 인지 국가-15. 멕시코	명목
SQ4A_23	24	SQ4-1. 인지 국가-23. 러시아	명목
SQ4A_24	25	SQ4-1. 인지 국가-24. 튀르키예	명목
SQ4A_27	26	SQ4-1. 인지 국가-27. 남아공	명목
SQ4B	27	SQ4-2. 귀하는 '한국'을 얼마나 알고 있습니까?	명목
SQ5	28	SQ5. 귀하는 다음 중 어디에 해당 됩니까?	명목
SQ6_3	31	SQ6. 이용 경험-03. 한국 영화	명목
SQ6_4	32	SQ6. 이용 경험-04. 한국 음악(K-pop)	명목
SQ6_5	33	SQ6. 이용 경험-05. 한국 애니메이션	명목
SQ6_6	34	SQ6. 이용 경험-06. 한국 출판물 (도서, 전자책 등)	명목
SQ6_7	35	SQ6. 이용 경험-07. 한국 웹툰	명목
SQ6_8	36	SQ6. 이용 경험-08. 한국 게임	명목
SQ6_9	37	SQ6. 이용 경험-09. 한국 패션	명목
SQ6_10	38	SQ6. 이용 경험-10. 한국 뷰티	명목
SQ6_11	39	SQ6. 이용 경험-11. 한국 음식	명목
SQ6A_1	40	SQ6-1. 최근 1년 이내 이용 경험-01. 한국 드라마	명목
SQ6A_2	41	SQ6-1. 최근 1년 이내 이용 경험-02. 한국 예능 프로그램	명목
SQ6A_3	42	SQ6-1. 최근 1년 이내 이용 경험-03. 한국 영화	명목
SQ6A_4	43	SQ6-1. 최근 1년 이내 이용 경험-04. 한국 음악(K-pop)	명목

변수	위치	레이블	측정 수준
SQ6A_5	44	SQ6-1. 최근 1년 이내 이용 경험-05. 한국 애니메이션	명목
SQ6A_6	45	SQ6-1. 최근 1년 이내 이용 경험-06. 한국 출판물 (도서, 전자책 등)	명목
SQ6A_7	46	SQ6-1. 최근 1년 이내 이용 경험-07. 한국 웹툰	명목
SQ6A_8	47	SQ6-1. 최근 1년 이내 이용 경험-08. 한국 게임	명목
SQ6A_9	48	SQ6-1. 최근 1년 이내 이용 경험-09. 한국 패션	명목
SQ6A_10	49	SQ6-1. 최근 1년 이내 이용 경험-10. 한국 뷰티	명목
SQ6A_11	50	SQ6-1. 최근 1년 이내 이용 경험-11. 한국 음식	명목
SQ6B_1	51	SQ6-2. 최근 5년 이내 이용 경험-01. 한국 드라마	명목
SQ6B_2	52	SQ6-2. 최근 5년 이내 이용 경험-02. 한국 예능 프로그램	명목
SQ6B_3	53	SQ6-2. 최근 5년 이내 이용 경험-03. 한국 영화	명목
SQ6B_4	54	SQ6-2. 최근 5년 이내 이용 경험-04. 한국 음악(K-pop)	명목
SQ6B_5	55	SQ6-2. 최근 5년 이내 이용 경험-05. 한국 애니메이션	명목
SQ6B_6	56	SQ6-2. 최근 5년 이내 이용 경험-06. 한국 출판물(도서, 전자책 등)	명목
SQ6B_7	57	SQ6-2. 최근 5년 이내 이용 경험-07. 한국 웹툰	명목
SQ6B_8	58	SQ6-2. 최근 5년 이내 이용 경험-08. 한국 게임	명목
SQ6B_9	59	SQ6-2. 최근 5년 이내 이용 경험-09. 한국 패션	명목
SQ6B_10	60	SQ6-2. 최근 5년 이내 이용 경험-10. 한국 뷰티	명목
SQ6B_11	61	SQ6-2. 최근 5년 이내 이용 경험-11. 한국 음식	명목
SQ7_1	62	SQ7. 비경험 이유-01. 한국 드라마	명목
SQ7_2	63	SQ7. 비경험 이유-02. 한국 예능 프로그램	명목
SQ7_3	64	SQ7. 비경험 이유-03. 한국 영화	명목
SQ7_4	65	SQ7. 비경험 이유-04. 한국 음악(K-pop)	명목
SQ7_5	66	SQ7. 비경험 이유-05. 한국 애니메이션	명목
SQ7_6	67	SQ7. 비경험 이유-06. 한국 출판물 (도서, 전자책 등)	명목
SQ7_7	68	SQ7. 비경험 이유-07. 한국 웹툰	명목
SQ7_8	69	SQ7. 비경험 이유-08. 한국 게임	명목
SQ7_9	70	SQ7. 비경험 이유-09. 한국 패션	명목
SQ7_10	71	SQ7. 비경험 이유-10. 한국 뷰티	명목
SQ7_11	72	SQ7. 비경험 이유-11. 한국 음식	명목
SQ7A_1	73	SQ7-1. 향후 이용하고 싶은 한국 문화콘텐츠-01. 한국 드라마	명목
SQ7A_2	74	SQ7-1. 향후 이용하고 싶은 한국 문화콘텐츠-02. 한국 예능 프로그램	명목
SQ7A_3	75	SQ7-1. 향후 이용하고 싶은 한국 문화콘텐츠-03. 한국 영화	명목
SQ7A_4	76	SQ7-1. 향후 이용하고 싶은 한국 문화콘텐츠-04. 한국 음악(K-pop)	명목
SQ7A_5	77	SQ7-1. 향후 이용하고 싶은 한국 문화콘텐츠-05. 한국 애니메이션	명목
SQ7A_6	78	SQ7-1. 향후 이용하고 싶은 한국 문화콘텐츠-06. 한국 출판물(도서, 전자책 등)	명목
SQ7A_7	79	SQ7-1. 향후 이용하고 싶은 한국 문화콘텐츠-07. 한국 웹툰	명목
SQ7A_8	80	SQ7-1. 향후 이용하고 싶은 한국 문화콘텐츠-08. 한국 게임	명목
SQ7A_9	81	SQ7-1. 향후 이용하고 싶은 한국 문화콘텐츠-09. 한국 패션	명목
SQ7A_10	82	SQ7-1. 향후 이용하고 싶은 한국 문화콘텐츠-10. 한국 뷰티	명목
SQ7A_11	83	SQ7-1. 향후 이용하고 싶은 한국 문화콘텐츠-11. 한국 음식	명목
SQ7A_12	84	SQ7-1. 향후 이용하고 싶은 한국 문화콘텐츠-12. 이용의향 없음	명목

변수	위치	레이블	측정 수준
Q1_1	85	Q1. 한국에 대한 인식-1. 한국은 경제적으로 선진국이다	척도
Q1_2	86	Q1. 한국에 대한 인식-2. 한국은 국제적 차원의 사회공헌 활동에 참여하고 있는 국가다	척도
Q1_3	87	Q1. 한국에 대한 인식-3. 한국은 우리에게 우호적인 국가다	척도
Q1_4	88	Q1. 한국에 대한 인식-4. 한국은 경쟁국이기보다는 협력국이다	척도
Q1_5	89	Q1. 한국에 대한 인식-5. 한국은 호감이 가는 국가다	척도
Q1_6	90	Q1. 한국에 대한 인식-6. 한국은 문화 강국이다	척도
Q2	91	Q2. 한국에 대한 전반적인 인식	척도
Q3_1	92	Q3. 한국 연상 이미지-1순위	척도
Q3_2	93	Q3. 한국 연상 이미지-2순위	척도
AQ1	94	AQ1. 한국 드라마 이용 용이성	척도
AQ2_1	95	AQ2. 한국 드라마 접촉경로-01	명목
AQ2_2	96	AQ2. 한국 드라마 접촉경로-02	명목
AQ2_3	97	AQ2. 한국 드라마 접촉경로-03	명목
AQ2_4	98	AQ2. 한국 드라마 접촉경로-04	명목
AQ2_5	99	AQ2. 한국 드라마 접촉경로-05	명목
AQ2A_1	100	AQ2-1. 한국 드라마 온라인/모바일 시청 유형-1순위	명목
AQ2A_2	101	AQ2-1. 한국 드라마 온라인/모바일 시청 유형-2순위	명목
AQ2A_3	102	AQ2-1. 한국 드라마 온라인/모바일 시청 유형-3순위	명목
AQ2B_1	103	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-01	명목
AQ2B_2	104	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-02	명목
AQ2B_3	105	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-03	명목
AQ2B_4	106	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-04	명목
AQ2B_5	107	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-05	명목
AQ2B_6	108	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-06	명목
AQ2B_7	109	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-07	명목
AQ2B_8	110	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-08	명목
AQ2B_9	111	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-09	명목
AQ2B_10	112	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-10	명목
AQ2B_11	113	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-11	명목
AQ2B_12	114	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-12	명목
AQ2B_13	115	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-13	명목
AQ2B_14	116	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-14	명목
AQ2B_15	117	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-15	명목
AQ2B_16	118	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-16	명목
AQ2B_17	119	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-17	명목
AQ2B_18	120	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-18	명목
AQ2B_19	121	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-19	명목
AQ2B_20	122	AQ2-2. 한국 드라마 온라인/모바일 플랫폼-20	명목
AQ3_1	123	AQ3. 한국 드라마 최근 1년 기준 월평균 시청 시간	척도
AQ3_2	124	AQ3. 전체 드라마 시청 시간 중 한국 드라마 비중	척도
USAQ3_3	125	AQ3. 한국 드라마 시청을 위한 최근 1년 기준 월평균 지출액	척도

변수	위치	레이블	측정 수준
AQ4	126	AQ4. 한국 드라마 호감도	척도
AQ5_1	127	AQ5. 한국 드라마 호감요인-1순위	명목
AQ5_2	128	AQ5. 한국 드라마 호감요인-2순위	명목
AQ6_1	129	AQ6. 한국 드라마 호감 저해요인-1순위	명목
AQ6_2	130	AQ6. 한국 드라마 호감 저해요인-2순위	명목
AQ7_1	131	AQ7. 인기 있는 드라마의 국가-1순위	명목
AQ7_2	132	AQ7. 인기 있는 드라마의 국가-2순위	명목
AQ7_3	133	AQ7. 인기 있는 드라마의 국가-3순위	명목
AQ8	134	AQ8. 최선호 한국 드라마	명목
AQ9	135	AQ9. 한국 드라마 지인 추천의향	척도
AQ10	136	AQ10. 한류와 한국 드라마 관련 정도	척도
AQ11_1	137	AQ11. 한국 드라마 문화다양성 불편/부족 표현-01	명목
AQ11_2	138	AQ11. 한국 드라마 문화다양성 불편/부족 표현-02	명목
AQ11_3	139	AQ11. 한국 드라마 문화다양성 불편/부족 표현-03	명목
AQ11_4	140	AQ11. 한국 드라마 문화다양성 불편/부족 표현-04	명목
AQ11_5	141	AQ11. 한국 드라마 문화다양성 불편/부족 표현-05	명목
AQ11_6	142	AQ11. 한국 드라마 문화다양성 불편/부족 표현-06	명목
AQ11_7	143	AQ11. 한국 드라마 문화다양성 불편/부족 표현-07	명목
AQ11_8	144	AQ11. 한국 드라마 문화다양성 불편/부족 표현-08	명목
AQ11_9	145	AQ11. 한국 드라마 문화다양성 불편/부족 표현-09	명목
AQ11_10	146	AQ11. 한국 드라마 문화다양성 불편/부족 표현-10	명목
AQ11_11	147	AQ11. 한국 드라마 문화다양성 불편/부족 표현-11	명목
AQ11_12	148	AQ11. 한국 드라마 문화다양성 불편/부족 표현-12	명목
AQ11_13	149	AQ11. 한국 드라마 문화다양성 불편/부족 표현-13	명목
AQ11_14	150	AQ11. 한국 드라마 문화다양성 불편/부족 표현-14	명목
BQ1	151	BQ1. 한국 예능 이용 용이성	척도
BQ2_1	152	BQ2. 한국 예능 접촉경로-01	명목
BQ2_2	153	BQ2. 한국 예능 접촉경로-02	명목
BQ2_3	154	BQ2. 한국 예능 접촉경로-03	명목
BQ2_4	155	BQ2. 한국 예능 접촉경로-04	명목
BQ2_5	156	BQ2. 한국 예능 접촉경로-05	명목
BQ2A_1	157	BQ2-1. 한국 예능 온라인/모바일 시청 유형-1순위	명목
BQ2A_2	158	BQ2-1. 한국 예능 온라인/모바일 시청 유형-2순위	명목
BQ2A_3	159	BQ2-1. 한국 예능 온라인/모바일 시청 유형-3순위	명목
BQ2B_1	160	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-01	명목
BQ2B_2	161	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-02	명목
BQ2B_3	162	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-03	명목
BQ2B_4	163	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-04	명목
BQ2B_5	164	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-05	명목
BQ2B_6	165	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-06	명목
BQ2B_7	166	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-07	명목

변수	위치	레이블	측정 수준
BQ2B_8	167	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-08	명목
BQ2B_9	168	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-09	명목
BQ2B_10	169	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-10	명목
BQ2B_11	170	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-11	명목
BQ2B_12	171	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-12	명목
BQ2B_13	172	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-13	명목
BQ2B_14	173	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-14	명목
BQ2B_15	174	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-15	명목
BQ2B_16	175	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-16	명목
BQ2B_17	176	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-17	명목
BQ2B_18	177	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-18	명목
BQ2B_19	178	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-19	명목
BQ2B_20	179	BQ2-2. 한국 예능 프로그램 온라인/모바일 플랫폼-20	명목
BQ3_1	180	BQ3. 한국 예능 최근 1년 기준 월평균 시청 시간	척도
BQ3_2	181	BQ3. 전체 예능 시청 시간 중 한국 예능 시청 비중	척도
USBQ3_3	182	BQ3. 한국 예능 시청을 위한 최근 1년 기준 월평균 지출액	척도
BQ4	183	BQ4. 한국 예능 호감도	척도
BQ5_1	184	BQ5. 한국 예능 호감요인-1순위	명목
BQ5_2	185	BQ5. 한국 예능 호감요인-2순위	명목
BQ6_1	186	BQ6. 한국 예능 호감 저해요인-1순위	명목
BQ6_2	187	BQ6. 한국 예능 호감 저해요인-2순위	명목
BQ7_1	188	BQ7. 인기 있는 해외 예능의 국가-1순위	명목
BQ7_2	189	BQ7. 인기 있는 해외 예능의 국가-2순위	명목
BQ7_3	190	BQ7. 인기 있는 해외 예능의 국가-3순위	명목
BQ8	191	BQ8. 한국 예능 지인 추천의향	척도
BQ9	192	BQ9. 한류와 한국 예능 관련 정도	척도
BQ10_1	193	BQ10. 한국 예능 문화다양성 불편/부족 표현-01	명목
BQ10_2	194	BQ10. 한국 예능 문화다양성 불편/부족 표현-02	명목
BQ10_3	195	BQ10. 한국 예능 문화다양성 불편/부족 표현-03	명목
BQ10_4	196	BQ10. 한국 예능 문화다양성 불편/부족 표현-04	명목
BQ10_5	197	BQ10. 한국 예능 문화다양성 불편/부족 표현-05	명목
BQ10_6	198	BQ10. 한국 예능 문화다양성 불편/부족 표현-06	명목
BQ10_7	199	BQ10. 한국 예능 문화다양성 불편/부족 표현-07	명목
BQ10_8	200	BQ10. 한국 예능 문화다양성 불편/부족 표현-08	명목
BQ10_9	201	BQ10. 한국 예능 문화다양성 불편/부족 표현-09	명목
BQ10_10	202	BQ10. 한국 예능 문화다양성 불편/부족 표현-10	명목
BQ10_11	203	BQ10. 한국 예능 문화다양성 불편/부족 표현-11	명목
BQ10_12	204	BQ10. 한국 예능 문화다양성 불편/부족 표현-12	명목
BQ10_13	205	BQ10. 한국 예능 문화다양성 불편/부족 표현-13	명목
BQ10_14	206	BQ10. 한국 예능 문화다양성 불편/부족 표현-14	명목
CQ1	207	CQ1. 한국 영화 이용 용이성	척도

변수	위치	레이블	측정 수준
CQ2_1	208	CQ2. 한국 영화 접촉경로-01	명목
CQ2_2	209	CQ2. 한국 영화 접촉경로-02	명목
CQ2_3	210	CQ2. 한국 영화 접촉경로-03	명목
CQ2_4	211	CQ2. 한국 영화 접촉경로-04	명목
CQ2_5	212	CQ2. 한국 영화 접촉경로-05	명목
CQ2_6	213	CQ2. 한국 영화 접촉경로-06	명목
CQ2A_1	214	CQ2-1. 한국 영화 온라인/모바일 시청 유형-1순위	명목
CQ2A_2	215	CQ2-1. 한국 영화 온라인/모바일 시청 유형-2순위	명목
CQ2A_3	216	CQ2-1. 한국 영화 온라인/모바일 시청 유형-3순위	명목
CQ2B_1	217	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-01	명목
CQ2B_2	218	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-02	명목
CQ2B_3	219	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-03	명목
CQ2B_4	220	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-04	명목
CQ2B_5	221	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-05	명목
CQ2B_6	222	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-06	명목
CQ2B_7	223	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-07	명목
CQ2B_8	224	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-08	명목
CQ2B_9	225	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-09	명목
CQ2B_10	226	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-10	명목
CQ2B_11	227	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-11	명목
CQ2B_12	228	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-12	명목
CQ2B_13	229	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-13	명목
CQ2B_14	230	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-14	명목
CQ2B_15	231	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-15	명목
CQ2B_16	232	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-16	명목
CQ2B_17	233	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-17	명목
CQ2B_18	234	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-18	명목
CQ2B_19	235	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-19	명목
CQ2B_20	236	CQ2-2. 한국 영화 온라인/모바일 플랫폼-20	명목
CQ3_1	237	CQ3. 한국 영화 최근 3개월 시청 편수	척도
CQ3_2	238	CQ3. 전체 영화 시청 편수 중 한국 영화 비중	척도
USCQ3_3	239	CQ3. 한국 영화 시청을 위한 최근 3개월 지출액	척도
CQ4	240	CQ4. 한국 영화 호감도	척도
CQ5_1	241	CQ5. 한국 영화 호감요인-1순위	명목
CQ5_2	242	CQ5. 한국 영화 호감요인-2순위	명목
CQ6_1	243	CQ6. 한국 영화 호감 저해요인-1순위	명목
CQ6_2	244	CQ6. 한국 영화 호감 저해요인-2순위	명목
CQ7_1	245	CQ7. 인기 있는 해외 영화의 국가-1순위	명목
CQ7_2	246	CQ7. 인기 있는 해외 영화의 국가-2순위	명목
CQ7_3	247	CQ7. 인기 있는 해외 영화의 국가-3순위	명목
CQ8	248	CQ8. 최선호 한국 영화	명목

변수	위치	레이블	측정 수준
CQ9	249	CQ9. 한국 영화 지인 추천의향	척도
CQ10	250	CQ10. 한류와 한국 영화 관련 정도	척도
CQ11_1	251	CQ11. 한국 영화 문화다양성 불편/부족 표현-01	명목
CQ11_2	252	CQ11. 한국 영화 문화다양성 불편/부족 표현-02	명목
CQ11_3	253	CQ11. 한국 영화 문화다양성 불편/부족 표현-03	명목
CQ11_4	254	CQ11. 한국 영화 문화다양성 불편/부족 표현-04	명목
CQ11_5	255	CQ11. 한국 영화 문화다양성 불편/부족 표현-05	명목
CQ11_6	256	CQ11. 한국 영화 문화다양성 불편/부족 표현-06	명목
CQ11_7	257	CQ11. 한국 영화 문화다양성 불편/부족 표현-07	명목
CQ11_8	258	CQ11. 한국 영화 문화다양성 불편/부족 표현-08	명목
CQ11_9	259	CQ11. 한국 영화 문화다양성 불편/부족 표현-09	명목
CQ11_10	260	CQ11. 한국 영화 문화다양성 불편/부족 표현-10	명목
CQ11_11	261	CQ11. 한국 영화 문화다양성 불편/부족 표현-11	명목
CQ11_12	262	CQ11. 한국 영화 문화다양성 불편/부족 표현-12	명목
CQ11_13	263	CQ11. 한국 영화 문화다양성 불편/부족 표현-13	명목
CQ11_14	264	CQ11. 한국 영화 문화다양성 불편/부족 표현-14	명목
DQ1	265	DQ1. 한국 음악 이용 용이성	척도
DQ2_1	266	DQ2. 한국 음악 접촉경로-01	명목
DQ2_2	267	DQ2. 한국 음악 접촉경로-02	명목
DQ2_3	268	DQ2. 한국 음악 접촉경로-03	명목
DQ2_4	269	DQ2. 한국 음악 접촉경로-04	명목
DQ2_5	270	DQ2. 한국 음악 접촉경로-05	명목
DQ2A_1	271	DQ2-1. 한국 음악 온라인/모바일 시청/청취 유형-1순위	명목
DQ2A_2	272	DQ2-1. 한국 음악 온라인/모바일 시청/청취 유형-2순위	명목
DQ2A_3	273	DQ2-1. 한국 음악 온라인/모바일 시청/청취 유형-3순위	명목
DQ2B_1	274	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-01	명목
DQ2B_2	275	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-02	명목
DQ2B_3	276	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-03	명목
DQ2B_4	277	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-04	명목
DQ2B_5	278	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-05	명목
DQ2B_6	279	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-06	명목
DQ2B_7	280	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-07	명목
DQ2B_8	281	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-08	명목
DQ2B_9	282	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-09	명목
DQ2B_10	283	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-10	명목
DQ2B_11	284	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-11	명목
DQ2B_12	285	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-12	명목
DQ2B_13	286	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-13	명목
DQ2B_14	287	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-14	명목
DQ2B_15	288	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-15	명목
DQ2B_16	289	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-16	명목

변수	위치	레이블	측정 수준
DQ2B_17	290	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-17	명목
DQ2B_18	291	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-18	명목
DQ2B_19	292	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-19	명목
DQ2B_20	293	DQ2-2. 한국 음악 온라인/모바일 플랫폼-20	명목
DQ3_1	294	DQ3. 한국 음악 최근 1년 기준 월평균 청취 시청 시간	척도
DQ3_2	295	DQ3. 전체 음악 이용 시간 중 한국 음악 비중	척도
USDQ3_3	296	DQ3. 한국 음악 이용을 위한 최근 1년 기준 월평균 지출액	척도
DQ4	297	DQ4. 한국 음악 호감도	척도
DQ5_1	298	DQ5. 한국 음악 호감요인-1순위	명목
DQ5_2	299	DQ5. 한국 음악 호감요인-2순위	명목
DQ6_1	300	DQ6. 한국 음악 호감 저해요인-1순위	명목
DQ6_2	301	DQ6. 한국 음악 호감 저해요인-2순위	명목
DQ7_1	302	DQ7. 인기 있는 해외 음악의 국가-1순위	명목
DQ7_2	303	DQ7. 인기 있는 해외 음악의 국가-2순위	명목
DQ7_3	304	DQ7. 인기 있는 해외 음악의 국가-3순위	명목
DQ8_1	305	DQ8. 최선호 한국 가수/그룹-1순위	명목
DQ8_2	306	DQ8. 최선호 한국 가수/그룹-2순위	명목
DQ9	307	DQ9. 한국 음악 지인 추천의향	척도
DQ10	308	DQ10. 한류와 한국 음악 관련 정도	척도
DQ11_1	309	DQ11. 한국 음악 문화다양성 불편/부족 표현-01	명목
DQ11_2	310	DQ11. 한국 음악 문화다양성 불편/부족 표현-02	명목
DQ11_3	311	DQ11. 한국 음악 문화다양성 불편/부족 표현-03	명목
DQ11_4	312	DQ11. 한국 음악 문화다양성 불편/부족 표현-04	명목
DQ11_5	313	DQ11. 한국 음악 문화다양성 불편/부족 표현-05	명목
DQ11_6	314	DQ11. 한국 음악 문화다양성 불편/부족 표현-06	명목
DQ11_7	315	DQ11. 한국 음악 문화다양성 불편/부족 표현-07	명목
DQ11_8	316	DQ11. 한국 음악 문화다양성 불편/부족 표현-08	명목
DQ11_9	317	DQ11. 한국 음악 문화다양성 불편/부족 표현-09	명목
DQ11_10	318	DQ11. 한국 음악 문화다양성 불편/부족 표현-10	명목
DQ11_11	319	DQ11. 한국 음악 문화다양성 불편/부족 표현-11	명목
DQ11_12	320	DQ11. 한국 음악 문화다양성 불편/부족 표현-12	명목
DQ11_13	321	DQ11. 한국 음악 문화다양성 불편/부족 표현-13	명목
DQ11_14	322	DQ11. 한국 음악 문화다양성 불편/부족 표현-14	명목
EQ1	323	EQ1. 한국 애니메이션 이용 용이성	척도
EQ2_1	324	EQ2. 한국 애니메이션 접촉경로-1	명목
EQ2_2	325	EQ2. 한국 애니메이션 접촉경로-2	명목
EQ2_3	326	EQ2. 한국 애니메이션 접촉경로-3	명목
EQ2_4	327	EQ2. 한국 애니메이션 접촉경로-4	명목
EQ2A_1	328	EQ2-1. 한국 애니메이션 온라인/모바일 시청 유형-1순위	명목
EQ2A_2	329	EQ2-1. 한국 애니메이션 온라인/모바일 시청 유형-2순위	명목
EQ2A_3	330	EQ2-1. 한국 애니메이션 온라인/모바일 시청 유형-3순위	명목

변수	위치	레이블	측정 수준
EQ2B_1	331	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-01	명목
EQ2B_2	332	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-02	명목
EQ2B_3	333	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-03	명목
EQ2B_4	334	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-04	명목
EQ2B_5	335	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-05	명목
EQ2B_6	336	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-06	명목
EQ2B_7	337	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-07	명목
EQ2B_8	338	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-08	명목
EQ2B_9	339	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-09	명목
EQ2B_10	340	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-10	명목
EQ2B_11	341	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-11	명목
EQ2B_12	342	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-12	명목
EQ2B_13	343	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-13	명목
EQ2B_14	344	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-14	명목
EQ2B_15	345	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-15	명목
EQ2B_16	346	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-16	명목
EQ2B_17	347	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-17	명목
EQ2B_18	348	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-18	명목
EQ2B_19	349	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-19	명목
EQ2B_20	350	EQ2-2. 한국 애니메이션 온라인/모바일 플랫폼-20	명목
EQ3_1	351	EQ3. 한국 애니메이션 최근 1년 기준 월평균 시청 시간	척도
EQ3_2	352	EQ3. 전체 애니메이션 시청 시간 중 한국 애니메이션 비중	척도
USEQ3_3	353	EQ3. 한국 애니메이션 시청을 위한 최근 1년 기준 월평균 지출액	척도
EQ4	354	EQ4. 한국 애니메이션 호감도	척도
EQ5_1	355	EQ5. 한국 애니메이션 호감요인-1순위	명목
EQ5_2	356	EQ5. 한국 애니메이션 호감요인-2순위	명목
EQ6_1	357	EQ6. 한국 애니메이션 호감 저해요인-1순위	명목
EQ6_2	358	EQ6. 한국 애니메이션 호감 저해요인-2순위	명목
EQ7_1	359	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-01	명목
EQ7_2	360	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-02	명목
EQ7_3	361	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-03	명목
EQ7_4	362	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-04	명목
EQ7_5	363	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-05	명목
EQ7_6	364	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-06	명목
EQ7_7	365	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-07	명목
EQ7_8	366	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-08	명목
EQ7_9	367	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-09	명목
EQ7_10	368	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-10	명목
EQ7_11	369	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-11	명목
EQ7_12	370	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-12	명목
EQ7_13	371	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-13	명목

변수	위치	레이블	측정 수준
EQ7_14	372	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-14	명목
EQ7_15	373	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-15	명목
EQ7_16	374	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-16	명목
EQ7_17	375	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-17	명목
EQ7_18	376	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-18	명목
EQ7_19	377	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-19	명목
EQ7_20	378	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-20	명목
EQ7_21	379	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-21	명목
EQ7_22	380	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-22	명목
EQ7_23	381	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-23	명목
EQ7_24	382	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-24	명목
EQ7_25	383	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-25	명목
EQ7_26	384	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-26	명목
EQ7_27	385	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-27	명목
EQ7_28	386	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-28	명목
EQ7_29	387	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-29	명목
EQ7_98	388	EQ7. 인지하고 있는 한국 애니메이션-98	명목
EQ8_1	389	EQ8. 최선호 한국 애니메이션-1순위	명목
EQ8_2	390	EQ8. 최선호 한국 애니메이션-2순위	명목
EQ9_1	391	EQ9. 인기 있는 해외 애니메이션의 국가-1순위	명목
EQ9_2	392	EQ9. 인기 있는 해외 애니메이션의 국가-2순위	명목
EQ9_3	393	EQ9. 인기 있는 해외 애니메이션의 국가-3순위	명목
EQ10	394	EQ10. 한국 애니메이션 지인 추천의향	척도
EQ11	395	EQ11. 한류와 한국 애니메이션 관련 정도	척도
EQ12_1	396	EQ12. 한국 애니메이션 문화다양성 불편/부족 표현-01	명목
EQ12_2	397	EQ12. 한국 애니메이션 문화다양성 불편/부족 표현-02	명목
EQ12_3	398	EQ12. 한국 애니메이션 문화다양성 불편/부족 표현-03	명목
EQ12_4	399	EQ12. 한국 애니메이션 문화다양성 불편/부족 표현-04	명목
EQ12_5	400	EQ12. 한국 애니메이션 문화다양성 불편/부족 표현-05	명목
EQ12_6	401	EQ12. 한국 애니메이션 문화다양성 불편/부족 표현-06	명목
EQ12_7	402	EQ12. 한국 애니메이션 문화다양성 불편/부족 표현-07	명목
EQ12_8	403	EQ12. 한국 애니메이션 문화다양성 불편/부족 표현-08	명목
EQ12_9	404	EQ12. 한국 애니메이션 문화다양성 불편/부족 표현-09	명목
EQ12_10	405	EQ12. 한국 애니메이션 문화다양성 불편/부족 표현-10	명목
EQ12_11	406	EQ12. 한국 애니메이션 문화다양성 불편/부족 표현-11	명목
EQ12_12	407	EQ12. 한국 애니메이션 문화다양성 불편/부족 표현-12	명목
EQ12_13	408	EQ12. 한국 애니메이션 문화다양성 불편/부족 표현-13	명목
EQ12_14	409	EQ12. 한국 애니메이션 문화다양성 불편/부족 표현-14	명목
FQ1	410	FQ1. 한국 출판물 이용 용이성	척도
FQ2_1	411	FQ2. 한국 출판물 접촉경로-01	명목
FQ2_2	412	FQ2. 한국 출판물 접촉경로-02	명목

변수	위치	레이블	측정 수준
FQ2_3	413	FQ2. 한국 출판물 접촉경로-03	명목
FQ2_4	414	FQ2. 한국 출판물 접촉경로-04	명목
FQ2_5	415	FQ2. 한국 출판물 접촉경로-05	명목
FQ2_6	416	FQ2. 한국 출판물 접촉경로-06	명목
FQ2_7	417	FQ2. 한국 출판물 접촉경로-07	명목
FQ2_8	418	FQ2. 한국 출판물 접촉경로-08	명목
FQ3_1	419	FQ3. 한국 출판물 최근 1년 기준 월평균 이용 시간	척도
FQ3_2	420	FQ3. 전체 출판물 이용 시간 중 한국 출판물 비중	척도
USFQ3_3	421	FQ3. 한국 출판물 이용을 위한 최근 1년 기준 월평균 지출액	척도
FQ4_1	422	FQ4. 이용한 적 있는 한국 출판물 장르-01	명목
FQ4_2	423	FQ4. 이용한 적 있는 한국 출판물 장르-02	명목
FQ4_3	424	FQ4. 이용한 적 있는 한국 출판물 장르-03	명목
FQ4_4	425	FQ4. 이용한 적 있는 한국 출판물 장르-04	명목
FQ4_5	426	FQ4. 이용한 적 있는 한국 출판물 장르-05	명목
FQ4_6	427	FQ4. 이용한 적 있는 한국 출판물 장르-06	명목
FQ4_7	428	FQ4. 이용한 적 있는 한국 출판물 장르-07	명목
FQ5	429	FQ5. 한국 출판물 호감도	척도
FQ6_1	430	FQ6. 한국 출판물 호감요인-1순위	명목
FQ6_2	431	FQ6. 한국 출판물 호감요인-2순위	명목
FQ7_1	432	FQ7. 한국 출판물 호감 저해요인-1순위	명목
FQ7_2	433	FQ7. 한국 출판물 호감 저해요인-2순위	명목
FQ8_1	434	FQ8. 인기 있는 해외 출판물의 국가-1순위	명목
FQ8_2	435	FQ8. 인기 있는 해외 출판물의 국가-2순위	명목
FQ8_3	436	FQ8. 인기 있는 해외 출판물의 국가-3순위	명목
FQ9	437	FQ9. 한국 출판물 지인 추천의향	척도
FQ10	438	FQ10. 한류와 한국 출판물 관련 정도	척도
FQ11_1	439	FQ11. 한국 출판물 문화다양성 불편/부족 표현-01	명목
FQ11_2	440	FQ11. 한국 출판물 문화다양성 불편/부족 표현-02	명목
FQ11_3	441	FQ11. 한국 출판물 문화다양성 불편/부족 표현-03	명목
FQ11_4	442	FQ11. 한국 출판물 문화다양성 불편/부족 표현-04	명목
FQ11_5	443	FQ11. 한국 출판물 문화다양성 불편/부족 표현-05	명목
FQ11_6	444	FQ11. 한국 출판물 문화다양성 불편/부족 표현-06	명목
FQ11_7	445	FQ11. 한국 출판물 문화다양성 불편/부족 표현-07	명목
FQ11_8	446	FQ11. 한국 출판물 문화다양성 불편/부족 표현-08	명목
FQ11_9	447	FQ11. 한국 출판물 문화다양성 불편/부족 표현-09	명목
FQ11_10	448	FQ11. 한국 출판물 문화다양성 불편/부족 표현-10	명목
FQ11_11	449	FQ11. 한국 출판물 문화다양성 불편/부족 표현-11	명목
FQ11_12	450	FQ11. 한국 출판물 문화다양성 불편/부족 표현-12	명목
FQ11_13	451	FQ11. 한국 출판물 문화다양성 불편/부족 표현-13	명목
FQ11_14	452	FQ11. 한국 출판물 문화다양성 불편/부족 표현-14	명목
GQ1	453	GQ1. 한국 웹툰 이용 용이성	척도

변수	위치	레이블	측정 수준
GQ2_1	454	GQ2. 한국 웹툰 접촉경로-01	명목
GQ2_2	455	GQ2. 한국 웹툰 접촉경로-02	명목
GQ2_3	456	GQ2. 한국 웹툰 접촉경로-03	명목
GQ2_4	457	GQ2. 한국 웹툰 접촉경로-04	명목
GQ2_5	458	GQ2. 한국 웹툰 접촉경로-05	명목
GQ2_6	459	GQ2. 한국 웹툰 접촉경로-06	명목
GQ2_7	460	GQ2. 한국 웹툰 접촉경로-07	명목
GQ2_8	461	GQ2. 한국 웹툰 접촉경로-08	명목
GQ2_9	462	GQ2. 한국 웹툰 접촉경로-09	명목
GQ3_1	463	GQ3. 한국 웹툰 최근 1년 기준 월평균 이용 시간	척도
GQ3_2	464	GQ3. 전체 웹툰 이용 시간 중 한국 웹툰 비중	척도
USGQ3_3	465	GQ3. 한국 웹툰 이용을 위한 최근 1년 기준 월평균 지출액	척도
GQ3A	466	GQ3-1. 한국 웹툰 이용 행태	명목
GQ4	467	GQ4. 한국 웹툰 호감도	척도
GQ5_1	468	GQ5. 한국 웹툰 호감요인-1순위	명목
GQ5_2	469	GQ5. 한국 웹툰 호감요인-2순위	명목
GQ6_1	470	GQ6. 한국 웹툰 호감 저해요인-1순위	명목
GQ6_2	471	GQ6. 한국 웹툰 호감 저해요인-2순위	명목
GQ7_1	472	GQ7. 인기 있는 해외 웹툰의 국가-1순위	명목
GQ7_2	473	GQ7. 인기 있는 해외 웹툰의 국가-2순위	명목
GQ7_3	474	GQ7. 인기 있는 해외 웹툰의 국가-3순위	명목
GQ8	475	GQ8. 한국 웹툰 지인 추천의향	척도
GQ9	476	GQ9. 한류와 한국 웹툰 관련 정도	척도
GQ10_1	477	GQ10. 한국 웹툰 문화다양성 불편/부족 표현-01	명목
GQ10_2	478	GQ10. 한국 웹툰 문화다양성 불편/부족 표현-02	명목
GQ10_3	479	GQ10. 한국 웹툰 문화다양성 불편/부족 표현-03	명목
GQ10_4	480	GQ10. 한국 웹툰 문화다양성 불편/부족 표현-04	명목
GQ10_5	481	GQ10. 한국 웹툰 문화다양성 불편/부족 표현-05	명목
GQ10_6	482	GQ10. 한국 웹툰 문화다양성 불편/부족 표현-06	명목
GQ10_7	483	GQ10. 한국 웹툰 문화다양성 불편/부족 표현-07	명목
GQ10_8	484	GQ10. 한국 웹툰 문화다양성 불편/부족 표현-08	명목
GQ10_9	485	GQ10. 한국 웹툰 문화다양성 불편/부족 표현-09	명목
GQ10_10	486	GQ10. 한국 웹툰 문화다양성 불편/부족 표현-10	명목
GQ10_11	487	GQ10. 한국 웹툰 문화다양성 불편/부족 표현-11	명목
GQ10_12	488	GQ10. 한국 웹툰 문화다양성 불편/부족 표현-12	명목
GQ10_13	489	GQ10. 한국 웹툰 문화다양성 불편/부족 표현-13	명목
GQ10_14	490	GQ10. 한국 웹툰 문화다양성 불편/부족 표현-14	명목
HQ1	491	HQ1. 한국 게임 이용 용이성	척도
HQ2_1	492	HQ2. 한국 게임 접촉경로-01	명목
HQ2_2	493	HQ2. 한국 게임 접촉경로-02	명목
HQ2_3	494	HQ2. 한국 게임 접촉경로-03	명목

변수	위치	레이블	측정 수준
HQ2_4	495	HQ2. 한국 게임 접촉경로-04	명목
HQ2_5	496	HQ2. 한국 게임 접촉경로-05	명목
HQ2_6	497	HQ2. 한국 게임 접촉경로-06	명목
HQ2_7	498	HQ2. 한국 게임 접촉경로-07	명목
HQ2_8	499	HQ2. 한국 게임 접촉경로-08	명목
HQ3_1	500	HQ3. 한국 게임 플레이 최근 1년 기준 월평균 시간	척도
HQ3_2	501	HQ3. 전체 게임 플레이 시간 중 한국 게임 비중	척도
USHQ3_3	502	HQ3. 한국 게임 플레이를 위한 최근 1년 기준 월평균 지출액	척도
HQ3A_1	503	HQ3-1. 한국 게임 동영상 시청 최근 1년 기준 월평균 시간	척도
HQ3A_2	504	HQ3-1. 전체 게임 동영상 시청 시간 중 한국 게임 비중	척도
USHQ3A_3	505	HQ3-1. 한국 게임 동영상 시청을 위한 최근 1년 기준 월평균 지출액	척도
HQ4	506	HQ4. 한국 게임 호감도	척도
HQ5_1	507	HQ5. 한국 게임 호감요인-1순위	명목
HQ5_2	508	HQ5. 한국 게임 호감요인-2순위	명목
HQ6_1	509	HQ6. 한국 게임 호감 저해요인-1순위	명목
HQ6_2	510	HQ6. 한국 게임 호감 저해요인-2순위	명목
HQ7_1	511	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-01	명목
HQ7_2	512	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-02	명목
HQ7_3	513	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-03	명목
HQ7_4	514	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-04	명목
HQ7_5	515	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-05	명목
HQ7_6	516	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-06	명목
HQ7_7	517	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-07	명목
HQ7_8	518	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-08	명목
HQ7_9	519	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-09	명목
HQ7_10	520	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-10	명목
HQ7_11	521	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-11	명목
HQ7_12	522	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-12	명목
HQ7_13	523	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-13	명목
HQ7_14	524	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-14	명목
HQ7_15	525	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-15	명목
HQ7_16	526	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-16	명목
HQ7_17	527	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-17	명목
HQ7_18	528	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-18	명목
HQ7_19	529	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-19	명목
HQ7_20	530	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-20	명목
HQ7_21	531	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-21	명목
HQ7_22	532	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-22	명목
HQ7_98	533	HQ7. 인지하고 있는 한국 게임-98	명목
HQ8_1	534	HQ8. 최선호 한국 게임-1순위	명목
HQ8_2	535	HQ8. 최선호 한국 게임-2순위	명목

변수	위치	레이블	측정 수준
HQ9_1	536	HQ9. 인기 있는 해외 게임의 국가-1순위	명목
HQ9_2	537	HQ9. 인기 있는 해외 게임의 국가-2순위	명목
HQ9_3	538	HQ9. 인기 있는 해외 게임의 국가-3순위	명목
HQ10	539	HQ10. 한국 게임 지인 추천의향	척도
HQ11	540	HQ11. 한류와 한국 게임 관련 정도	척도
HQ12_1	541	HQ12. 한국 게임 문화다양성 불편/부족 표현-01	명목
HQ12_2	542	HQ12. 한국 게임 문화다양성 불편/부족 표현-02	명목
HQ12_3	543	HQ12. 한국 게임 문화다양성 불편/부족 표현-03	명목
HQ12_4	544	HQ12. 한국 게임 문화다양성 불편/부족 표현-04	명목
HQ12_5	545	HQ12. 한국 게임 문화다양성 불편/부족 표현-05	명목
HQ12_6	546	HQ12. 한국 게임 문화다양성 불편/부족 표현-06	명목
HQ12_7	547	HQ12. 한국 게임 문화다양성 불편/부족 표현-07	명목
HQ12_8	548	HQ12. 한국 게임 문화다양성 불편/부족 표현-08	명목
HQ12_9	549	HQ12. 한국 게임 문화다양성 불편/부족 표현-09	명목
HQ12_10	550	HQ12. 한국 게임 문화다양성 불편/부족 표현-10	명목
HQ12_11	551	HQ12. 한국 게임 문화다양성 불편/부족 표현-11	명목
HQ12_12	552	HQ12. 한국 게임 문화다양성 불편/부족 표현-12	명목
HQ12_13	553	HQ12. 한국 게임 문화다양성 불편/부족 표현-13	명목
HQ12_14	554	HQ12. 한국 게임 문화다양성 불편/부족 표현-14	명목
IQ1	555	IQ1. 한국 패션 제품 이용 용이성	척도
IQ2_1	556	IQ2. 한국 패션 제품 접촉경로-01	명목
IQ2_2	557	IQ2. 한국 패션 제품 접촉경로-02	명목
IQ2_3	558	IQ2. 한국 패션 제품 접촉경로-03	명목
IQ2_4	559	IQ2. 한국 패션 제품 접촉경로-04	명목
IQ2_5	560	IQ2. 한국 패션 제품 접촉경로-05	명목
IQ2_6	561	IQ2. 한국 패션 제품 접촉경로-06	명목
IQ2_7	562	IQ2. 한국 패션 제품 접촉경로-07	명목
IQ3	563	IQ3. 한국 패션 제품 동영상/이미지 이용 정도	척도
IQ4_1	564	IQ4. 한국 패션 제품 구매경로-01	명목
IQ4_2	565	IQ4. 한국 패션 제품 구매경로-02	명목
IQ4_3	566	IQ4. 한국 패션 제품 구매경로-03	명목
IQ4_4	567	IQ4. 한국 패션 제품 구매경로-04	명목
IQ4_5	568	IQ4. 한국 패션 제품 구매경로-05	명목
IQ4_6	569	IQ4. 한국 패션 제품 구매경로-06	명목
IQ4A	570	IQ4-1. 한국 패션 동영상/이미지 시청 후, 최근 1년 내 온라인/오프라인 구매 경험	명목
IQ4AA_1	571	IQ4-1-1. 최근 1년 기준 한국 패션 제품 온라인 구매 횟수	척도
IQ4AA_2	572	IQ4-1-1. 최근 1년 기준 한국 패션 제품 오프라인 매장 방문 구매 횟수	척도
IQ5_2	573	IQ5. 전체 패션 제품 지출액 중 한국 패션 제품 비중	척도
USIQ5_3	574	IQ5. 한국 패션 제품 최근 1년 기준 월평균 지출액	척도
IQ6	575	IQ6. 한국 패션 제품 호감도	척도
IQ7_1	576	IQ7. 한국 패션 제품 호감요인-1순위	명목

변수	위치	레이블	측정 수준
IQ7_2	577	IQ7. 한국 패션 제품 호감요인-2순위	명목
IQ8_1	578	IQ8. 한국 패션 제품 호감 저해요인-1순위	명목
IQ8_2	579	IQ8. 한국 패션 제품 호감 저해요인-2순위	명목
IQ9_1	580	IQ9. 인기 있는 해외 패션 제품/스타일의 국가-1순위	명목
IQ9_2	581	IQ9. 인기 있는 해외 패션 제품/스타일의 국가-2순위	명목
IQ9_3	582	IQ9. 인기 있는 해외 패션 제품/스타일의 국가-3순위	명목
IQ10	583	IQ10. 한국 패션 제품 지인 추천의향	척도
JQ1	584	JQ1. 한국 뷰티 제품 이용 용이성	척도
JQ2_1	585	JQ2. 한국 뷰티 제품 접촉경로-01	명목
JQ2_2	586	JQ2. 한국 뷰티 제품 접촉경로-02	명목
JQ2_3	587	JQ2. 한국 뷰티 제품 접촉경로-03	명목
JQ2_4	588	JQ2. 한국 뷰티 제품 접촉경로-04	명목
JQ2_5	589	JQ2. 한국 뷰티 제품 접촉경로-05	명목
JQ2_6	590	JQ2. 한국 뷰티 제품 접촉경로-06	명목
JQ2_7	591	JQ2. 한국 뷰티 제품 접촉경로-07	명목
JQ3	592	JQ3. 한국 뷰티 동영상 시청 정도	척도
JQ4_1	593	JQ4. 한국 뷰티 제품 구매경로-01	명목
JQ4_2	594	JQ4. 한국 뷰티 제품 구매경로-02	명목
JQ4_3	595	JQ4. 한국 뷰티 제품 구매경로-03	명목
JQ4_4	596	JQ4. 한국 뷰티 제품 구매경로-04	명목
JQ4_5	597	JQ4. 한국 뷰티 제품 구매경로-05	명목
JQ4_6	598	JQ4. 한국 뷰티 제품 구매경로-06	명목
JQ4A	599	JQ4-1. 한국 뷰티 동영상 시청 후, 최근 1년 내 한국 뷰티 제품 온라인/오프라인 구매 경험	명목
JQ4AA_1	600	JQ4-1-1. 최근 1년 기준 한국 뷰티 제품 온라인 구매 횟수	척도
JQ4AA_2	601	JQ4-1-1. 최근 1년 기준 한국 뷰티 제품 오프라인 매장 방문 구매 횟수	척도
JQ5_2	602	JQ5. 전체 뷰티 제품 지출액 중 한국 뷰티 제품 비중	척도
USJQ5_3	603	JQ5. 한국 뷰티 제품 최근 1년 월평균 지출액	척도
JQ6	604	JQ6. 한국 뷰티 제품 호감도	척도
JQ7_1	605	JQ7. 한국 뷰티 제품 호감요인-1순위	명목
JQ7_2	606	JQ7. 한국 뷰티 제품 호감요인-2순위	명목
JQ8_1	607	JQ8. 한국 뷰티 제품 호감 저해요인-1순위	명목
JQ8_2	608	JQ8. 한국 뷰티 제품 호감 저해요인-2순위	명목
JQ9_1	609	JQ9. 인기 있는 해외 뷰티 제품의 국가-1순위	명목
JQ9_2	610	JQ9. 인기 있는 해외 뷰티 제품의 국가-2순위	명목
JQ9_3	611	JQ9. 인기 있는 해외 뷰티 제품의 국가-3순위	명목
JQ10	612	JQ10. 한국 뷰티 제품 지인 추천의향	척도
KQ1	613	KQ1. 한국 음식 이용 용이성	척도
KQ2_1	614	KQ2. 한국 음식 접촉경로-01	명목
KQ2_2	615	KQ2. 한국 음식 접촉경로-02	명목
KQ2_3	616	KQ2. 한국 음식 접촉경로-03	명목
KQ2_4	617	KQ2. 한국 음식 접촉경로-04	명목

변수	위치	레이블	측정 수준
KQ2_5	618	KQ2. 한국 음식 접촉경로-05	명목
KQ2_6	619	KQ2. 한국 음식 접촉경로-06	명목
KQ2_7	620	KQ2. 한국 음식 접촉경로-07	명목
KQ3	621	KQ3. 한국 음식 동영상 시청 정도	척도
KQ4_1	622	KQ4. 한국 음식 구매경로-01	명목
KQ4_2	623	KQ4. 한국 음식 구매경로-02	명목
KQ4_3	624	KQ4. 한국 음식 구매경로-03	명목
KQ4_4	625	KQ4. 한국 음식 구매경로-04	명목
KQ4_5	626	KQ4. 한국 음식 구매경로-05	명목
KQ4_6	627	KQ4. 한국 음식 구매경로-06	명목
KQ4A	628	KQ4-1. 한국 음식 동영상 시청 후, 최근 1년 내 한국 음식 직접 요리 경험/한식당 방문 경험	명목
KQ4AA_1	629	KQ4-1-1. 최근 1년 기준 한국 음식 직접 요리 경험 빈도	척도
KQ4AA_2	630	KQ4-1-1. 최근 1년 기준 한식당 방문 경험 빈도	척도
KQ5_2	631	KQ5. 전체 음식 지출액 중 한국 음식 비중	척도
USKQ5_3	632	KQ5. 한국 음식 최근 1년 월평균 지출액	척도
KQ6	633	KQ6. 한국 음식 호감도	척도
KQ7_1	634	KQ7. 한국 음식 호감요인-1순위	명목
KQ7_2	635	KQ7. 한국 음식 호감요인-2순위	명목
KQ8_1	636	KQ8. 한국 음식 호감 저해요인-1순위	명목
KQ8_2	637	KQ8. 한국 음식 호감 저해요인-2순위	명목
KQ9_1	638	KQ9. 인기 있는 해외 음식의 국가-1순위	명목
KQ9_2	639	KQ9. 인기 있는 해외 음식의 국가-2순위	명목
KQ9_3	640	KQ9. 인기 있는 해외 음식의 국가-3순위	명목
KQ10	641	KQ10. 한국 음식 지인 추천의향	척도
XQ1_1	642	XQ1. 자국 내 인기 정도-01. 한국 드라마	명목
XQ1_2	643	XQ1. 자국 내 인기 정도-02. 한국 예능 프로그램	명목
XQ1_3	644	XQ1. 자국 내 인기 정도-03. 한국 영화	명목
XQ1_4	645	XQ1. 자국 내 인기 정도-04. 한국 음악(K-pop)	명목
XQ1_5	646	XQ1. 자국 내 인기 정도-05. 한국 애니메이션	명목
XQ1_6	647	XQ1. 자국 내 인기 정도-06. 한국 출판물 (도서, 전자책 등)	명목
XQ1_7	648	XQ1. 자국 내 인기 정도-07. 한국 웹툰	명목
XQ1_8	649	XQ1. 자국 내 인기 정도-08. 한국 게임	명목
XQ1_9	650	XQ1. 자국 내 인기 정도-09. 한국 패션	명목
XQ1_10	651	XQ1. 자국 내 인기 정도-10. 한국 뷰티	명목
XQ1_11	652	XQ1. 자국 내 인기 정도-11. 한국 음식	명목
XQ2_1	653	XQ2. 1년 전 대비 나의 한국 문화콘텐츠 관심도 변화	척도
XQ2_2	654	XQ2. 1년 후 나의 한국 문화콘텐츠 관심도 변화 예상	척도
XQ2_3	655	XQ2. 1년 전 대비 자국 사람들의 한국 문화콘텐츠 관심도 변화	척도
XQ2_4	656	XQ2. 1년 후 자국 사람들의 한국 문화콘텐츠 관심도 변화	척도
XQ2_5	657	XQ2. 1년 전 대비 나의 한국 문화콘텐츠 소비지출 의향 변화	척도
XQ2_6	658	XQ2. 1년 후 나의 한국 문화콘텐츠 소비지출 의향 변화 예상	척도

변수	위치	레이블	측정 수준
XQ3_1	659	XQ3. 한국 드라마 유료 이용의향	척도
XQ3_2	660	XQ3. 한국 예능 프로그램 유료 이용의향	척도
XQ3_3	661	XQ3. 한국 영화 유료 이용의향	척도
XQ3_4	662	XQ3. 한국 음악 유료 이용의향	척도
XQ3_5	663	XQ3. 한국 애니메이션 유료 이용의향	척도
XQ3_6	664	XQ3. 한국 출판물 유료 이용의향	척도
XQ3_7	665	XQ3. 한국 웹툰 유료 이용의향	척도
XQ3_8	666	XQ3. 한국 게임 유료 이용의향	척도
XQ3_9	667	XQ3. 한국 패션 제품/스타일 유료 이용의향	척도
XQ3_10	668	XQ3. 한국 뷰티 제품 유료 이용의향	척도
XQ3_11	669	XQ3. 한국 음식 유료 이용의향	척도
XQ4	670	XQ4. 최선호 한국 배우	명목
XQ5	671	XQ5. 한국 문화콘텐츠 전반적 호감도	척도
XQ6	672	XQ6. 한국 문화콘텐츠 지인 추천의향	척도
XQ7	673	XQ7. 한국 문화콘텐츠 접촉 후 한국에 대한 전반적 인식 변화	명목
XQ8	674	XQ8. 한류의 부정적 인식에 대한 공감도	명목
XQ8A_1	675	XQ8_1. 한류의 부정적 인식에 대한 공감 이유-1순위	명목
XQ8A_2	676	XQ8_1. 한류의 부정적 인식에 대한 공감 이유-2순위	명목
YQ1_1	677	YQ1. 최근 1년 내 구매 빈도-01. 한국 식품	척도
YQ1_2	678	YQ1. 최근 1년 내 구매 빈도-02. 한국 의류	척도
YQ1_3	679	YQ1. 최근 1년 내 구매 빈도-03. 한국 화장품	척도
YQ1_4	680	YQ1. 최근 1년 내 구매 빈도-04. 한국 주류(술)	척도
YQ1_5	681	YQ1. 최근 1년 내 구매 빈도-05. 한국 액세서리	척도
YQ1_6	682	YQ1. 최근 1년 내 구매 빈도-06. 한국 음식점에서 식사	척도
YQ2_1	683	YQ2. 최근 4년 내 구매 횟수-01. 한국 가전제품	척도
YQ2_2	684	YQ2. 최근 4년 내 구매 횟수-02. 한국 자동차	척도
YQ2_3	685	YQ2. 최근 4년 내 구매 횟수-03. 한국 병원의료 서비스	척도
YQ2_4	686	YQ2. 최근 4년 내 구매 횟수-04. 한국 휴대폰	척도
YQ2_5	687	YQ2. 최근 4년 내 구매 횟수-05. 한국 노트북/태블릿PC	척도
YQ2_6	688	YQ2. 최근 4년 내 구매 횟수-06. 한국 관광	척도
YQ3_1	689	YQ3. 전반적으로 한국 제품에 대한 구매의향이 높다	척도
YQ3_2	690	YQ3. 잘 모르는 브랜드라도 한국 제품이면 구매할 의향이 있다	척도
YQ3_3	691	YQ3. 한국산 제품 및 서비스 구매의향-03. 한국 식품	척도
YQ3_4	692	YQ3. 한국산 제품 및 서비스 구매의향-04. 한국 의류	척도
YQ3_5	693	YQ3. 한국산 제품 및 서비스 구매의향-05. 한국 화장품	척도
YQ3_6	694	YQ3. 한국산 제품 및 서비스 구매의향-06. 한국 주류	척도
YQ3_7	695	YQ3. 한국산 제품 및 서비스 구매의향-07. 한국 액세서리	척도
YQ3_8	696	YQ3. 한국산 제품 및 서비스 구매의향-08. 한국 음식점	척도
YQ3_9	697	YQ3. 한국산 제품 및 서비스 구매의향-09. 한국 가전제품	척도
YQ3_10	698	YQ3. 한국산 제품 및 서비스 구매의향-10. 한국 자동차	척도
YQ3_11	699	YQ3. 한국산 제품 및 서비스 구매의향-11. 한국 휴대폰	척도

변수	위치	레이블	측정 수준
YQ3_12	700	YQ3. 한국산 제품 및 서비스 구매의향-12. 한국 노트북/태블릿PC	척도
YQ3_13	701	YQ3. 한국산 제품 및 서비스 구매의향-13. 한국 병원의료 서비스	척도
YQ3_14	702	YQ3. 한국산 제품 및 서비스 구매의향-14. 한국 관광	척도
YQ3_15	703	YQ3. 한국산 제품 및 서비스 구매의향-15. 한국어 학습	척도
YQ3_16	704	YQ3. 한국산 제품 및 서비스 구매의향-16. 태권도 학습	척도
YQ3_17	705	YQ3. 한국산 제품 및 서비스 구매의향-17. 한국 전통문화 체험	척도
YQ4_1	706	YQ4. 한국 브랜드 제품/서비스 구매 이유-1순위	명목
YQ4_2	707	YQ4. 한국 브랜드 제품/서비스 구매 이유-2순위	명목
YQ4_3	708	YQ4. 한국 브랜드 제품/서비스 구매 이유-3순위	명목
YQ5	709	YQ5. 한국 문화콘텐츠 소비의 한국 브랜드 제품/서비스 구매 영향 정도	척도
LQ0_1	710	LQ0. 한국어 학습 경험	명목
LQ0A_1	711	LQ0. 최근 1년 이내 한국어 학습 경험	명목
LQ0AA_1	712	LQ0. 최근 5년 이내 한국어 학습 경험	명목
LQ1	713	LQ1. 한국어 교육 서비스 이용 용이성	척도
LQ2_1	714	LQ2. 한국어 접촉경로-01	명목
LQ2_2	715	LQ2. 한국어 접촉경로-02	명목
LQ2_3	716	LQ2. 한국어 접촉경로-03	명목
LQ2_4	717	LQ2. 한국어 접촉경로-04	명목
LQ2_5	718	LQ2. 한국어 접촉경로-05	명목
LQ2_6	719	LQ2. 한국어 접촉경로-06	명목
LQ2A_1	720	LQ2-1. 한국어 학습 온라인/모바일 플랫폼-01	명목
LQ2A_2	721	LQ2-1. 한국어 학습 온라인/모바일 플랫폼-02	명목
LQ2A_3	722	LQ2-1. 한국어 학습 온라인/모바일 플랫폼-03	명목
LQ2A_4	723	LQ2-1. 한국어 학습 온라인/모바일 플랫폼-04	명목
LQ2A_5	724	LQ2-1. 한국어 학습 온라인/모바일 플랫폼-05	명목
LQ2A_6	725	LQ2-1. 한국어 학습 온라인/모바일 플랫폼-06	명목
LQ2A_7	726	LQ2-1. 한국어 학습 온라인/모바일 플랫폼-07	명목
LQ2A_8	727	LQ2-1. 한국어 학습 온라인/모바일 플랫폼-08	명목
LQ2A_9	728	LQ2-1. 한국어 학습 온라인/모바일 플랫폼-09	명목
LQ2A_10	729	LQ2-1. 한국어 학습 온라인/모바일 플랫폼-10	명목
LQ2A_11	730	LQ2-1. 한국어 학습 온라인/모바일 플랫폼-11	명목
LQ2A_12	731	LQ2-1. 한국어 학습 온라인/모바일 플랫폼-12	명목
LQ2A_13	732	LQ2-1. 한국어 학습 온라인/모바일 플랫폼-13	명목
LQ2A_14	733	LQ2-1. 한국어 학습 온라인/모바일 플랫폼-14	명목
LQ2A_15	734	LQ2-1. 한국어 학습 온라인/모바일 플랫폼-15	명목
LQ3_1	735	LQ3. 최근 1년 기준 한국어 학습 기간	명목
LQ3_2	736	LQ3. 최근 1년 기준 월평균 한국어 학습 시간	척도
USLQ3_3	737	LQ3. 최근 1년 기준 월평균 한국어 학습 지출액	척도
LQ4	738	LQ4. 한국어 학습 방법 호감도	척도
LQ5_1	739	LQ5. 한국어 호감요인-1순위	명목
LQ5_2	740	LQ5. 한국어 호감요인-2순위	명목

변수	위치	레이블	측정 수준
LQ6_1	741	LQ6. 한국어 학습 어려운 요인-1순위	명목
LQ6_2	742	LQ6. 한국어 학습 어려운 요인-2순위	명목
LQ7	743	LQ7. 한국어 학습 지인 추천의향	척도
LQ8_1	744	LQ8. 한국어 학습 목적-01	명목
LQ8_2	745	LQ8. 한국어 학습 목적-02	명목
LQ8_3	746	LQ8. 한국어 학습 목적-03	명목
LQ8_4	747	LQ8. 한국어 학습 목적-04	명목
LQ8_5	748	LQ8. 한국어 학습 목적-05	명목
LQ8_6	749	LQ8. 한국어 학습 목적-06	명목
LQ8_7	750	LQ8. 한국어 학습 목적-07	명목
LQ8_8	751	LQ8. 한국어 학습 목적-08	명목
LQ9_1	752	LQ9. 한국어 수업 수강 방법-01	명목
LQ9_2	753	LQ9. 한국어 수업 수강 방법-02	명목
LQ9_3	754	LQ9. 한국어 수업 수강 방법-03	명목
LQ9_4	755	LQ9. 한국어 수업 수강 방법-04	명목
LQ9_5	756	LQ9. 한국어 수업 수강 방법-05	명목
LQ0B	757	LQ0-2. 한국어 학습 비경험 이유	명목
LQ0BA	758	LQ0-2-1. 향후 한국어 학습의향	척도
LQ10	759	LQ10. 한국어 호감도	척도
LQ11	760	LQ11. 한국어 학습 용이성	척도
LQ12	761	LQ12. 한국어에 대한 거부감	척도
LQ13_1	762	LQ13. 인기 있는 제2외국어-1순위	명목
LQ13_2	763	LQ13. 인기 있는 제2외국어-2순위	명목
LQ13_3	764	LQ13. 인기 있는 제2외국어-3순위	명목
LQ14	765	LQ14. 월평균 한국어 접촉 횟수	척도
LQ15	766	LQ15. 한국어 구별 정도	척도
LQ16	767	LQ16. 한국어 학습자/한국어 교육 기관 목격 정도	척도
LQ17	768	LQ17. 한국어 학습 필요도	척도
DDQ1	769	DDQ1. 결혼 여부	명목
DDQ2	770	DDQ2. 직업	명목
DDQ3	771	DDQ3. 최종 학력	명목
DDQ4	772	DDQ4. 연간 가구 소득(구간별)	척도
DDQ5	773	DDQ5. 거주 지역	척도
DDQ6	774	DDQ6. 종교	명목
DDQ7	775	DDQ7. 채식주의자 여부	명목
DDQ7A	776	DDQ7-1. 채식단계	명목
DDQ8	777	DDQ8. 사회적 성별(젠더)	명목

해외한류실태조사 요약편, 국가편, 통계편 보고서는 한국국제문화교류진흥원 한류 조사연구 아카이브(<https://www.archivecenter.net/hallyuresearch>)에서 내려받을 수 있습니다. 수록된 자료에 관한 문의나 데이터 제공 신청은 문화교류연구센터 이소민 연구원 (sominlee@kofice.or.kr, 02-3150-4823)에게 연락 주십시오.

2025 해외한류실태조사 – 이용자 가이드북

발 행 처	한국국제문화교류진흥원 03923 서울특별시 마포구 월드컵북로 58길 10, 더팬빌딩 4층 전화 02-3150-4819 팩스 02-3150-4872 홈페이지 www.kofice.co.kr
발 행 인	박창식, 한국국제문화교류진흥원 원장
조 사 총 괄	김아영, 한국국제문화교류진흥원 문화교류연구센터 센터장 이현지, 한국국제문화교류진흥원 문화교류연구센터 선임연구원
조 사 수 행 기 관	(주)케이스탯리서치
발 行 일	2025년 3월 31일

KOFICE

한국국제문화교류진흥원

