3. 사회문화

□ 민족 구성

○ 사우디아라비아 민족은 아랍인 90%, 아프리카 - 아시아인 10%로 구성

□ 언어

○ 아랍어

□ 종교

○ 이슬람교(수니파90%, 시아파 10%)

□ 한국 문화 유입 정도

○ 최근 사우디아라비아 내 한국문화에 대한 관심이 높아지고 있음

- 축구 한류 : 중동에 진출한 한국 선수들의 활약과 더불어 한국 축구, 문화에 대한 관심이 증가하고 있는 상황

- 건설 한류 : 사우디아라비아와 한국 건설사간의 오랜 신뢰관계를 바탕으로 사우디아라비아 내 한국 및 한국문화에 대한 긍정적인 평가가 나타나고 있는 상황

- 문화 한류 : 대장금 등의 한국 드라마의 현지 방송으로 한국 문화에 대한 관심은 점차 증가하고 있음

○ 하지만 사우디 내에서도 젊은 층과 매니아 층을 중심으로 한국 음악과 가수, 드라마에 대한 관심이 조금씩 생기는 추세이나 대중화는 어려운 실정

○ 한국은 70년대 각종 건설프로젝트를 통해 근면, 성실한 이미지를 형성, 최근 우리 기업들의 사우디 진출이 활발해지면서 한국에 대한 이미지는 선진국 수준에 속하는 편. 이에 힘입어 K-Pop을 중심으로 젊은 층에 한국 음악과 가수, 드라마에 대한 관심이 점차 높아지고 있는 추세이나 이슬람 종주국으로 외부 문화의 유입이 매우 어려운 사우디 특성상 한류 붐으로 이어지는 데는 한계가 있는 것으로 분석

○ 전반적인 한국 상품에 대한 인지도는 매우 높은 편. 한국 상품은 품질 면에서 유럽, 미국, 일본 제품과 비교해서 같거나 약간 낮은 수준으로 인식 하고 있으며, 가격은 선진국에 비해 경쟁력을 갖추고 있는 것으로 평가되고 있음

○ 특히, 삼성, 현대, LG, 대우 등 우리 대기업의 기업인지도가 높아 이들 제품이 한국 상품 전체의 인지도에 많은 영향을 미치고 있음. 최근 삼성의 고급 핸드폰이 인기를 누리고 있으며, 외국인들의 증가 등으로 소형차 선호 현상이 생기면서 현대 자동차의 약진도 두드러지고 있음

○ 또한, 2002년 월드컵 등으로 한국에 대한 인지도가 상당히 높은 수준에 있으며, IT, 자동차, 조선 분야 선진국으로 인식하고 있음

○ 최근에는 젊은 층을 위주로 한류에 대한 관심이 높아지고 있으나, 보수적인 이슬람 문화 특성으로 인해 한류가 공중파 등 공공채널이 아닌 인터넷 등으로 전파되고 있음. 따라서

동남아 지역이나 이란 등 중동 내 타 지역과 같이 사회적 이슈로까지 확대되기는 어려운 상황. 그러나 일부 매니아층에서는 최신 가요 및 가수를 알고 있을 정도로 관심이 많으며, 단순히 한국 사람이라는 이유로 같이 기념촬영을 요청하는 경우가 있을 정도로 한국에 대한 이미지는 좋은 편