

3. 사회문화

☐ 민족 구성

- 이집트인, 베두윈 아랍인(Bedouin Arab)이 99.6%. 누비아 흑인(Nubian) 0.4%

☐ 언어

- 아랍어 (공용어)
- 영어
- 프랑스어

☐ 종교

- 무슬림 : 90%
- 콥트 : 9%
- 기독교 : 1%

☐ 한국 문화 유입 정도

- 한 · 이집트 문화공동위원회 개최
- 한국학 운영지원
- 아인삼스학생 및 한국문화원 한국어연수생 대상 한국어 말하기 대회 개최
- 카이로대학교 아시아연구소 한국학 관련 프로젝트 지원

- 한국의 정치, 경제에 관련연구, 회의, 출판 프로젝트 (1995 ~ 2006년)
- 한 · 이집트학술세미나 (2005년 11월 수교 10주년기념)
- 2005년 실적 : 2권의 한국 관련 서적 번역 및 편저
 - The Rise of Korean Economy
 - (Byung ○Nak Song, 2006. Cairo University)
 - Recent Trends In Korean Public Policies
 - (Kamal EL ○Menoufi, 2006. Cairo University)
- 한 · 이집트 청소년교류사업
- 2005년 12월 최영희 청소년위원회 위원장 방문하여 이집트 청소년부와 한 · 이 청소년교류약정 체결
- 한국청소년대표단 10명 방이(2006년 8월 3 ~ 10일) 첫 사업 실행. 청소년담당관, 기자와 알렉산드리아 시청, IT센터, 청소년클럽센터, 유적지 등 방문
- 이집트청소년대표단방한(2006년 11월 23일 ~ 12월 2일)
- 2006년도 국제교육진흥원 사업
- 한국 현대 미술전 개최
- 문화 관광 분야 협력도 확대 · 강화 추세. 특히 2005년 수교 10주년을 계기로 “겨울연가” 와 “가을동화”를 방영

○ 한국방송위원회과 ERTU 간 MOU 체결(2007.4)

- 양국간 방송 프로그램 제작 공동 참여로 발전할 수 있는 계기 마련
- ERTU CH2에서 우리 드라마 “내 이름은 김삼순” 방영(2008.12)

○ 아리랑 TV와 ETRU 간 MOU 체결(2009.3)

- 한 스타일 DVD, ETRU CH2와 Nile Culture TV 방영(2009. 3)

○ KBS 라디오 국제방송(아랍어) 청취자 모임(2009.2.6)

- 라디오 청취를 통한 한국문화체험담 공유

○ 한국 상품 인지도

- 이집트 신차시장의 약 40%를 국산 자동차가 점유하고 있으며 가전이나 기계 등 주요 품목에서 두각을 나타내고 있어 한국산에 대한 현지소비자들과 바이어들의 인지도는 매우 높고 좋은 편.
- 실제로 카이로 무역관이 실시한 한국상품 인지도에 대한 설문조사 결과를 보면 한국은 일본과 유럽국가와 비슷한 위치에 있는 것으로 인식. 한국산 물건을 구입해 사용해 본 소비자의 경우 더욱 좋은 평가

- 다만 바이어들의 경우, 의도적인 가격인하를 위해 중국산, 대만산과 비교하는 경우가 많으며 특정산업 분야에서는 아직 우리나라 제품의 진출역사가 짧고 사용해 본 경험자가 적어 아직도 인지도가 낮은 편

○ 드라마

- 이집트 국영 방송사 'ERTU', 코리아TV와 KBS월드, 인터넷을 통해 한국 드라마를 찾는 이집트인이 늘고 있다고 보도
- 코리아TV : 민간 미디어기업인 코리아글로벌미디어그룹 (KGMG, 대표 이규정)이 아랍권을 대상으로 하는 한류 위성 방송

○ 한류 팬클럽)

- 이집트에서 SNS 서비스를 통해 한류 팬클럽 결성
- 코리아TV 팬 웹사이트 가입 회원 수 40만 명 초과. 이들은 온라인에서 한국 드라마와 배우, K팝 정보 공유