



전 세계적으로 'K컬처' 열풍이 이어지고 있습니다. K팝과 드라마·영화, 한글은 물론 금융과 방산 기술 등 다양한 한국 콘텐츠에 대한 관심이 꾸준히 높아지고 있는데요. 최근 문화체육관광부 조사보고서에 따르면 한국에 대한 외국인의 호감도는 82.3%에 달했다고 합니다. 이러한 인기는 또 다른 수치에서도 확인할 수 있습니다. 2025년 한국을 방문한 외국인 관광객 수가 1894만 명에 이른다고 하니, 한국 문화와 콘텐츠의 위상을 실감하게 합니다.

정말 놀라운 일이죠! 앞으로도 K컬처가 세계 무대에서 지속적으로 사랑받기 위해서는 작품성은 물론 상도덕과 윤리성, 저작권 등에 대한 보다 철저한 관리가 필요합니다.

또한 K컬처가 일시적인 유행에 그치지 않고, 세계인들이 공존하고 교류하는 문화 모델로 성장할 수 있도록 우리 모두의 관심과 지원이 이어져야 하겠습니다.

CONTENTS

- 01. 우리 드라마 속 그 장소로 '콘텐츠 트립' 02
- 02. 국립박물관 '뭇즈' 인기가 궁금해! 03
- 03. 한글 감성 입은 식품·패션 04
- 04. 페이커는 어떻게 전 세계의 우상이 되었을까? 05
- 05. K콘텐츠, 불법 유통을 막아라! 06
- 06. 한국 이미지를 훼손하는 '바가지요금' 부끄러워요 07
- 07. 지금 입은 '한복'은 어느 나라에서 만들었을까요? 08
- 08. 세계가 감탄하는 스마트 인프라 11
- 09. 문화의 힘이 나라의 힘! 한국 브랜드의 가치 12
- 10. 우리의 방패로 세계를 지킨다 14
- 11. "모바일앱 최고" 디지털 날개 단 K금융 16
- 12. 즐거운 한국 여행명소를 소개합니다 17

자기소개

자신의 사진을 직접 붙이거나
직접 캐릭터로 그려 붙이기

	<p> 이름</p>
	<p> 학교</p>
	<p> 학년/반</p>
	<p> 학교주소</p>
	<p> 연락처</p>
	<p> 발급일</p>
	<p> 활동기간</p>
	<p> 서명</p>

일러두기(활용방법)는 19쪽에 있습니다.

01 우리 드라마 속 그 장소로 '콘텐츠 트립'

드라마 속 주인공이 머물던 평범한 골목길이 이제는 전 세계인이 찾는 명소로 변화하고 있습니다. 이번 활동을 통해 공간에 담긴 '이야기'가 만들어내는 놀라운 경제적·문화적 가치를 이해하고, 여러분이 직접 우리 동네를 세계적인 공간으로 기획해 보세요.

※ 출처: 국민일보 2025년 9월 12일 17면 기사 일부 발췌, 기사 원본은 QR코드 참고

'케데헌'보고 서울 찾는 글로벌 MZ들 '콘텐츠 트립' 뜬다

한국 여행 급증... K컬처가 견인
콘텐츠 속 장면 찾아가고
체험 젊은층 새로운 여행 트렌드로

K컬처의 인기가 '콘텐츠 트립'이라는 새로운 글로벌 여행 트렌드로 확산하고 있다. 외국인 팬덤이 자신이 열광한 콘텐츠의 배경과 무대를 직접 찾아가는 '성지순례형 관광'에 나서면서다. 서울에는 이른바 '케이팝 데몬 헌터스'(케데헌) 열풍이 불고 있다. 글로벌 MZ세대가 한국을 찾아 대중목욕탕에서 세신(때밀이) 체험을 즐기고, 북촌과 남산타워 등에서 인증샷을 남긴다. K콘텐츠의 성공이 항공편 예약부터 체험 프로그램, 유통업계 협업까지 전방위로 파급력을 발휘하는 모습이다.

11일 글로벌 여행 플랫폼 트립닷컴에 따르면 지난 6월 20일부터 지난달 31일까지 약 2개월간 유럽발 한국행 항공편 예약은 전년 동기 대비 79% 늘었다. 스페인발 예약은 146% 급증하며 국가별



증가율 1위를 기록했다. 독일(122%)과 이탈리아(107%)도 배 이상 증가세를 보였다. 캐나다와 호주에서도 각각 50%, 20% 이상 증가하며 '케데헌 열풍'은 전 대륙으로 퍼지고 있다. 트립닷컴 관계자는 "콘텐츠가 여행을 견인하는 게 글로벌 트렌드로 자리 잡았다"며 "25~34세 MZ세대에서 이러한 현상이 특히 두드러진다"고 말했다.

콘텐츠 속 장면은 곧바로 관광 상품으로 이어지고 있다. 케데헌 주인공들이 한복을 입고 공연을 하거나 대중목욕탕을 찾는 모습이 소개되면서 이를 직접 체험하려는 외국인 수요가 크게 늘었다.

인바운드 플랫폼 클룩에 따르면 개봉 이후 사우나 이용권 예약은 최대 57% 증가했다. K팝 아이돌 스타일링 체험은 200%, K팝 댄스 클래스는 40% 늘었다.

온라인 검색 데이터도 같은 흐름을 보여준다. 구글 트렌드 분석에 따르면 케데헌 공개 이후 미국·일본·프랑스 등에서 한국 여행 검색량이 급등했다. 관련 검색어의 절반 이상(52.4%)은 북촌(11.8%), 낙산공원(9.6%), 올림픽주경기장(9.6%) 등 영화 속 실제 배경지였다.

서울관광재단은 이에 맞춰 지난달 말 '서울트립헌터스 스탬프 투어'를 시작했다. 남산타워, 북촌한옥마을, 낙산공원, 한강공원, 롯데월드타워 등 영화의 배경지를 코스로 지정하고 인증 사진을 올리면 스탬프를 주는 방식이다. 북촌 일대 전통소품 상점들은 한복·노리개·갓 등의 매출이 늘었다.

애니메이션 주인공 '헌트릭스'의 숙소로 추정되는 롯데월드타워도 '케데헌 성지'로 부상하고 있다. 서울의 현대적 스키아라인을 상징하는 공간으로 주목받으며 전망대 '서울스카이'를 찾는 외국인도 눈에 띄게 늘고 있다.

유통업계도 케데헌 특수를 적극 활용 중이다. 농심, GS25, 파리바게뜨 등은 케데헌 지식재산권(IP)을 활용한 협업 상품을 선보이고 있다. 시장도 이에 반응하는 모습이다. 이날 농심 주가는 전 거래일 대비 19.17% 급등한 48만8000원으로 마감했다. 애니메이션에서 신라면·새우깡과 유사한 식품이 노출되면서 수혜주로 꼽히자 투자 심리까지 자극한 것이라 해석이 나온다. 김유혁 IBK투자증권 연구원은 "케데헌은 애니메이션 흥행을 넘어 음식, 패션, 관광 등 한국 문화 전반으로 소비 확산을 이끌고 있다"고 설명했다.



김성훈 기자

1 위 (신문 기사)를 참고해, 서울이 영화 촬영지로 주목받은 이후 나타난 변화를 표로 정리해 보세요.

구분	전	후
방문객 범위		
경제적 변화		
공간의 의미		

2 "콘텐츠 트립"의 의미를 설명하고, '케이팝 데몬 헌터스'와 관련된 관광 상품을 찾아 세 가지 이상 구체적으로 작성해 보세요.

구분	내용
콘텐츠 트립의 의미	
관련 관광 상품	

3 여러분이 좋아하는 한국 콘텐츠(영화, 드라마 등)를 외국인 친구에게 소개한다면 어떤 장소를 추천하고 싶은지 생각해 보고, 이를 바탕으로 콘텐츠 트립을 만들어 보세요.

구분	내용
작품명	
추천 장소	
선정 이유	
콘텐츠 트립	

💡 활동자료 찾는 방법

- 1 좋아하는 한국 콘텐츠(영화, 드라마, 애니메이션, 웹툰, 소설 등)에서 나왔던 장소를 검색합니다.
- 2 참고: 서울시청 홈페이지-영화가 사랑한 서울 촬영지100선
<https://news.seoul.go.kr/culture/archives/10632>

📖 오버투어리즘

- 오버(over, 과잉)+투어리즘(tourism, 관광 경향)의 합성어로, 과잉 관광으로 인해 세계 각지의 유명 관광지들이 환경, 사회적 문제로 인해 피해를 입는 현상

02 국립박물관 '뭇즈' 인기가 궁금해!

박물관 유리 진열장 안에 머물러 있던 전통 유물이 MZ세대의 일상을 속으로 들어와 '힙한 브랜드'로 재탄생하고 있습니다. '뭇즈(MU:DS)'의 성공 사례를 통해 전통문화가 어떻게 새로운 경제적 가치를 창출하는지 데이터로 확인해 봅시다.

〈신문 기사 1〉

※ 출처: 세계일보 2025년 12월 31일 23면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

국립박물관 '뭇즈' 매출 첫 400억 돌파

한국 전통문화에 대한 관심이 큰 가운데 국립박물관의 문화상품 매출이 역대 최고치를 달성했다.

30일 국립박물관문화재단에 따르면 박물관 문화상품 '뭇즈'(MU:DS) 연간 매출액은 최근 400억원을 넘은 것으로 잠정 집계됐다. 연간 매출 400억원대는 2004년 재단이 설립된 이후 처음이다.

'뭇즈' 매출액은 올해 10월 처음으로 300억원대를 달성한 뒤, 두 달 만에 400

억원대를 넘어서면서 역대 최고 기록을 갈아치웠다. '뭇즈'는 국립중앙박물관과 소속 지역 박물관의 소장품을 바탕으로 만든 문화상품으로, '뮤지엄'(museum)과 '굿즈'(goods)를 합친 브랜드를 뜻한다. 신라 금관을 본떠 만든 장신구, 석굴암을 형상화한 조명, 방탄소년단(BTS) 멤버 RM이 소장한 것으로 알려진 반가 사유상 미니어처 등이 주요 상품이다.

'뭇즈' 매출은 올해 K컬처 바람을 타고

폭발적으로 늘어났다. 4~6월에 평균 20억원대였던 매출은 7월 한 달간 약 49억 5700만원을 기록하며 배로 늘었고, 8월에는 약 52억 7600만원을 달성했다. 두 달간 다양한 '뭇즈' 상품이 100억원 넘게 팔린 셈이다. 올해 6월 개봉한 넷플릭스 애니메이션 '케이팝 데몬 헌터스'가 세계적 열풍을 불러일으키면서 한국 전통문화에 대한 관심이 커진 데 따른 영향으로 풀이된다.

이후에도 '뭇즈' 매출은 9월 43억 8400만원, 10월 48억 7200만원, 11월 46억 9700만원 등 연속으로 40억원대를 찍었으며 이달에도 40억원을 넘어선 것으로 전해졌다. 전국 국립박물관의 오프라인 상품관, 온라인 숏, 로열티(상표 사용료) 매출 등을 모두 확정하면 연간 매출액은 더 늘 것으로 기대된다.

이선 기자



〈신문 기사 2〉

※ 출처: 한국일보 2025년 7월 18일 20면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

보물을 가두기엔 박물관은 너무 좁으니까

"아, 이거 품절이래."

11일 오후 서울 용산구 국립중앙박물관 상품관 입구. 이날 추가 입고 예정이었던 까치호랑이 배지 품절 소식에 방문객들의 탄식이 쏟아졌다.

박물관 관계자는 "오전 10시부터 팔았는데 20분 만에 품절됐다"며 역대 최대 판매량에 혀를 내둘렀다. 같은 날 온라인 상품관에서도 배지 1만 7,900개 예약 판매 물량이 풀리지마자 완판됐다. 제주에서 올라온 김영수(46)씨는 "전시를 보러 왔다가 고1인 딸이 까치호랑이 배지랑 갓 볼펜을 사다 달라고 해서 왔다"며 "둘 다 품절돼 딸이 무척 아쉬워했다"고 말했다. 지금 국립중앙박물관 '뭇즈'(뮤지엄과 굿즈의 합성어) 열풍을 설명하자면 '뭇즈'는 뭇즈도 된다'는 말이 딱이다. 까치호랑이 배지만 해도, 넷플릭스 영화 '케이팝 데몬 헌터스' 속에 등장한 호랑이 '더피'와 까치 '서씨'를 연상케 한다는 이유로, 주문량이 급등했다.

〈중략〉

전국 국립박물관의 뭇즈는 국립박물관문화재단에서 기획, 제작해 공급한다. 자체 기획 상품뿐만 아니라, 해마다 공모를 통해 선정된 외부 업체의 상품도 출시한다. 주기적으로 참신한 상품을 내놓는 비결 중 하나다. 김 차장은 이 중 90종이 선정됐다. 박물관 대형 히트 상품 중 하나인 '취객 선비 변색 잔세트'도 공모 선정작이다. 외부 디자이너가 김홍도의 그림 '평안감사향연도'에 나오는 술취한 선비의 모습에 영감을 받아 제작했다. 시은안료를 유리컵에 프린팅해 18도 이하의 액체가 담기면, 잔 표면의 선비 얼굴이 빨갛게 변한다. 2023년 12월 출시 이후 지금까지 10만 개(막걸리 잔 포함)가 팔렸다.

서지희 국립박물관문화재단 상품기획팀 과장은 "동일 유물 속 지위가 높은 중요한 인물로 유리 잔을 개발했던 저로선 충격적인 뭇즈였다"며 "아이디어도 좋

고, 유물을 바라보는 고정관념을 깬 뭇즈"라고 말했다.

뭇즈에 대한 세간의 인식은 2020년 반가 사유상 미니어처를 기점으로 바뀌었다. 고리타분하고 칙칙하게만 여겨졌던 박물관 기념품이 소장 욕구를 일으키는 예쁘고 세련된 디자인 상품으로 자리 잡기 시작했다. 기능성과 실용성을 더한 것도 뭇즈 인기에 한몫했다.

관상용보다는 일상에서 쓸 수 있는 생활 용품으로 개발했다. 조명, 키보드, 펜과 책갈피, 소스볼, 찜질팩 등이다. 이날 상품관에서 만난 캐나다 관광객 사라(51)는 "한국 전통문화가 잘 반영돼 있고 깔끔해 퀄리티가 너무 좋다"며 "관광객을 위한 단순한 기념품이 아니라 품질이 좋으면서도 예쁜 실용적인 물건이라 인상적"이라고 말했다.

독일 관광객 안나(27)도 "다른 나라 기념품 솜은 마그넷, 엽서 등 엄청 제한적인데 이곳은 식기류, 필기류 등 실용적

물품이 많고 선택지가 다양하다"며 "사고 싶은 게 너무 많은데 캐리어에 다 넣을 수 없어 자제 중"이라고 말했다.

실용적이면서도, 유물의 개성이 녹아 있는 상품이라면 금상첨화다. 김 차장은 "미적으로도 아름답지만 쓰임 있는 것을 공예라고 하듯이 뭇즈를 만들 때도 기능이 하나 이상 있도록 의도한다"며 "유물의 특성이 드러나면서 디자인, 실용성을 갖춘 게 좋은 뭇즈"라고 설명했다.

이영애 인천대 소비자학과 교수는 "박물관이 가지고 있는 서사에 일상 아이터를 결부한 게 경험과 히스토리를 중시하는 젊은 세대들의 취향과 맞아떨어졌다"며 "단순히 전통을 현대적으로 재해석하는 데서 나아가, '케이팝 데몬 헌터스' 사례처럼 K문화 콘텐츠와 접목했을 때 뭇즈의 파급력이 더 커질 것"이라고 조언했다.

송옥진 기자



1 기사 속 수치를 활용해 '뭇즈'의 성공 지표를 정리해 보세요.

1) 2025년 연간 매출액: ()

2) '뭇즈'의 의미: _____

3) 인기 비결 : ① 현대적 디자인 ② ()

4) '뭇즈'의 종류: _____

5) 주요 성공 요인: 유물을 _____

2 박물관 유물은 수천 년의 역사를 간직한 소중한 문화유산입니다. 유물은 과거의 유물이지만, 현재와 소통할 때 비로소 새로운 생명력을 얻습니다. 그러나 한편으로는 지나친 상업화가 유물의 본래 가치를 훼손할 수 있다는 우려도 큼니다. 박물관 굿즈 열풍 뒤에 숨겨진 여러분의 생각은 어떠한가요?

나의 선택: [전통 보존이 우선이다 / 현대적 활용이 중요하다] (선택 후 ○표)

이유: _____

3 여러분이 디자이너가 되어 박물관 유물을 현대적인 상품으로 바꿔 보세요.

활동 시 유의사항

- ① 국립중앙박물관, 국립민속박물관, 어린이박물관 소장품을 검색해 참고합니다.
- ② 전통 보존이 우선이다라고 생각하는 경우, 상품을 만들 때 반드시 지켜야 할 기준을 함께 고민해 보세요. 예) 상품 패키지에 해당 유물의 역사적 의미와 설명을 반드시 포함한다.

구분	내용
선택 유물	
아이디어 상품명	
상품 특징 (용도/ 색상/재질)	

03 한글 감성 입은 식품·패션

이제 한글은 단순한 문자를 넘어, 전 세계 패션과 디자인 분야에서 주목받는 강력한 'K브랜드' 자산으로 자리 잡고 있습니다. 외국인들이 한글의 기하학적인 선과 점에 매료되는 이유를 분석하고, 한글의 아름다움을 활용한 로고를 직접 구상해 봅시다.

<신문 기사 1>

※ 출처: 한겨레신문 2025년 10월 14일 17면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

“한글이 곧 브랜드다” 식품·패션업계 ‘한글 감성’ 전략

한글이 한국어를 표기하는 문자라는 사전적 정의를 벗어나, 세계 시장에서 기업 브랜드를 드러내는 새로운 마케팅 언어로 자리 잡고 있다. 최근 식품·패션 업계는 한글 서체와 한글이 지닌 조형미를 활용해 ‘한국적 감성’을 덧입히는 전략을 취하고 있다.

스타벅스 코리아는 원두 이름을 한글로 표기한 ‘별빛 블렌드’를 국내에서 단독 출시한다고 13일 밝혔다. 통상적으로 스타벅스가 판매하는 원두 겉포장지에는 재배 국가나 농장 이름이 영어로 적혀있다. 별빛 블렌드 포장지에는 경북궁과 한옥, 스타벅스 이대 1호점 등 한국의 모습을 담았다. 스타벅스 코리아가 개점 26년을 맞아 글로벌 스타벅스 커피 개발

자와 함께 1년6개월 간 개발한 제품이다. 국내 식품업계 중심으로 제품 겉포장지에 한글 디자인을 적용한 한글 마케팅이 눈길을 끌고 있다. 오리온이 국립한글박물관과 협업해 조선왕실기록물 속 옛 서체를 활용해 과자 ‘고래밥’과 ‘초코송이’의 한글날 한정판을 지난달 11일 출시한 게 대표적이다. 최근엔 세계 시장에 진출한 제품에도 한글을 그대로 사용하기도 한다.

롯데웰푸드는 지난달 24일 카자흐스탄에서 무설탕 디저트 브랜드인 ‘제로’를 출시하면서, 제로 젤리·초코칩쿠키·쿠앤크샌드 등 제품 포장에 한글 ‘제로’를 그대로 담았다. 한국의 무설탕 디저트 브랜드라는 이미지를 현지에서 강조

하려는 전략이다.

오리온도 지난해 베트남에서 선보인 초코파이 여름 한정판 초코파이 수박 제품 겉면에 ‘수박’이라는 한글을 그대로 표기했다. 현지 언어로 번역하지 않고 한글을 그대로 쓴 것이다. 같은 해 베트남에서 출시한 ‘꼬북칩’은 현지 제품명으로 한국어 ‘맛있다’를 영어로 비슷하게 표기한 ‘마시타’(Masita)라는 이름으로 판매되고 있다. 단순히 한글이라는 글자를 넘어, 아예 한국어를 마케팅 요소로 삼은 것이다. 오리온 관계자는 “(현지 시장에서) 한국 제품이 인기가 있고 한글에 워낙 관심이 많다 보니 한글을 활용한 제품이 늘고 추세”라고 말했다.

패션업계에서도 이런 흐름이 감지된

다. 글로벌 엠제트(MZ) 세대에게 인기를 얻고 있는 한국 패션 브랜드인 ‘마뽕킴’은 지난 8월 한글이 적힌 티셔츠인 ‘한글 라인’을 출시하며 한글의 매력을 디자인에 녹였다. 마뽕킴은 홍콩·대만 등 세계 시장을 겨냥해 현지 매장에서 ‘한글 라인’을 판매한다.

한글의 아름다움에 대한 관심은 글로벌 패션 아이콘인 그룹 블랙핑크 제니의 행보로도 이어졌다. 제니는 지난 9일 한글날을 기념해 소속사 오에이(OA)엔터테인먼트와 함께 서양의 전통서체 블랙레터와 한글을 결합한 ‘젠 세리프’ 글꼴을 공개한 바 있다.



서혜미 기자

<신문 기사 2>

문자로 잇는 세계인의 꿈...뉴욕 달군 ‘한글 트럭’



※ 출처: 조선일보 2025년 10월 11일 25면 기사. 기사 원본은 QR코드 참고

<신문 기사 3>

옛 한글 서체로 제품 디자인, 수출상품에도 한글 표기



※ 출처: 동아일보 2025년 10월 10일 B6면 기사. 기사 원본은 QR코드 참고

① 한글 디자인이 세계적으로 인정받는 이유를 신문 기사에서 찾아 정리해 보세요.

1) _____

2) _____

3) 문화적 호감도: K-콘텐츠의 인기로 인한 시너지 효과

② 우리 주변이나 기사 속 사례에서 한글 디자인이 효과적으로 활용된 제품을 찾아 보세요.

사례 1: _____ / 사례 2: _____

③ 앞으로 한글은 한국의 전통과 가치를 전 세계에 알리는 디자인 언어로 발전할 수 있을까요? 그 이유를 생각해 보고, 미래의 한글이 지니게 될 가치에 대해 작성해 보세요.

※ <신문 기사 1,2,3> 참고

③ ‘봄’ 또는 ‘꿈’이라는 단어를 활용해 에코백 로고를 구상해 보세요. (글자를 그림처럼 배치)

선택 단어: () / 배치 컨셉: [중앙 정렬 / 비대칭 배치 / 반복 패턴] (선택)

디자인 의도: _____



💡 활동 시 유의사항

- ① 다른 종이를 사용하지 말고 이 에코백 그림에 디자인합니다.
- ② 제시된 글자와 연관된 그림을 같이 사용할 수 있습니다.

04 페이커는 어떻게 전 세계의 우상이 되었을까?

e스포츠의 살아있는 전설, 프로게이머 이상혁 선수를 알고 있나요? '페이커(Faker)'라는 이름으로 더 잘 알려진 그는 최근 체육계 최고 훈장인 청룡장을 수상하며, 국내외 팬들의 뜨거운 지지 속에서 프로게임계의 새로운 역사를 만들어가고 있습니다.

〈신문 기사 1〉

※ 출처: 조선일보 2024년 11월 4일 20면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

'불멸의 영웅' 페이커 이상혁... 다시 날아오르다

리그 오브 레전드(LoL·롤) 프로게이머 '페이커' 이상혁(28·T1)이 또 한번 세계를 제패하며 e스포츠 역사에 새로운 장을 열었다.

3일(한국 시각) 영국 런던 O2 아레나에서 열린 '2024 리그 오브 레전드 월드 챔피언십(월드컵)' 결승전. 이상혁은 소속팀 T1을 이끌고 중국 비리비리 게이밍(BLG)을 3대2로 꺾었다. 이로써 이상혁은 월드컵 5회 우승이라는 전무후무한 기록을 달성했다. T1 후원사는 SK텔레콤이다.

이상혁은 게임업계에서 불사대마왕, e스포츠의 살아있는 전설, 세체미(세계 최고 미드라이너), 역대 롤 프로게이머, 불멸의 영웅, 롤계의 리오넬 메시(또는 마이클 조던) 등으로 불린다. 그가 선택한 게임 닉네임 '페이커(Faker)'는 게임업계 GOAT(Greatest Of All Time)를 상징하는 단어다. "전 세계적으로 손흥민, 방탄소년단(BTS)에 뒤지지 않는 명성과 인기를 자랑하는 한국인"이라는 말이 나온다.

◇ 2013년 첫 우승 이후 5번째 정상

이번 결승에서 이상혁은 최우재, 문현준, 이민형, 류민석과 한 팀(T1)을 이뤄



3일(한국 시각) 영국 런던 O2 아레나에서 열린 2024 리그 오브 레전드 월드 챔피언십(월드컵)에서 T1 '페이커' 이상혁(가운데)이 중국 비리비리 게이밍(BLG)을 꺾은 뒤 우승 트로피를 들어 올리고 있다. 팀 동료 류민석(왼쪽부터), 이민형, 문현준이 박수를치고 있다.

위업을 이뤘다. 이들은 2022년 월드컵 준우승(우승 한국 DRX), 2023년과 2024년 2연패를 함께 한 전우들. 이상혁 개인으로는 2013년, 2015년, 2016년, 2023년에 이어 이번까지 5번째 정상 정복이다. 역대 2위는 뱁기(배성웅·31·은퇴)로 3회 우승이다.

이상혁은 이번 결승에서 MVP(최우수 선수)를 받으면서 2016년 이후 8년 만에 다시 결승 MVP에 선정됐다. 결승 MVP에 2번 선정된 것도 이상혁이 처음이다.

이상혁은 2013년 17세 나이로 프로게이머에 도전장을 내민 뒤 바로 월드컵을 제패했다. 10년이 넘는 지금도 세계 최고 자리를 지키고 있다.

e스포츠는 빠른 반응 속도와 높은 집중력이 요구되는 탓에 보통 10대 후반에서 20대 초반을 전성기로 본다. 이상혁과 동시대에 활약했던 선수들은 대부분 현역에서 은퇴해 해설자나 코치로 변신했다. 그럼에도 그는 여전히 관록을 잃지 않고 있다.

〈중략〉

◇ e스포츠의 역사이자 아이콘

이상혁은 이미 전 세계 e스포츠 팬들이 열광하는 글로벌 아이콘이다. 지난해 영국 일간지 더타임스는 그를 '2023년 스포츠계 10대 파워 리스트'에 선정했다. 축구 황제 메시를 비롯, 야구 오타니 쇼헤이(30·LA 다저스) 등과 어깨를 나란히 했다.

그의 연봉은 공식적으로 밝혀진 바 없지만 국내 프로게이머 중 최고 수준인 100억원 정도로 알려져 있다. 중국 리그인 LPL 게임단에서 2년전 연봉 2000만 달러(당시 245억원)에 영입을 제안한 적도 있다. 그는 "목표는 돈이나 명예보다 배우고 성장하는 것"이라면서 이 제안을 거절했다.

리그 오브 레전드 '전설의 전당' 1호로 현역됐고, 그의 업적을 모아 롤을 운영

하는 라이엇게임즈에서 지난 5~6월 서울 중구에 '페이커 신전(神殿)'이란 기념 공간을 만들어 대중들에게 잠시 공개하기도 했다. 중국권에서는 그를 '산고수장(山高水長)'이라 부른다. 높은 산, 긴 강처럼 '가장 뛰어나면서 가장 오래간다'는 뜻이다. 이상혁이 출전한 이번 월드컵 결승전은 694만명이 시청했고, 역대 가장 많은 시청자를 기록한 e스포츠 경기로 기록됐다.

이상혁의 통산 전적은 964승 469패(승률 67.3%). 단순 비교할 순 없지만 농구 마이클 조던(승률 65.9%·706승 366패), 축구 리오넬 메시(승률 67.8%·732승 208무 140패)에 뒤지지 않는 승부사다. 게임업계에선 "페이커가 은퇴하면 한 시대가 끝나는 것"이란 논평이 나올 정도다.

월드컵 우승 5회 외에도, LCK 우승 10회, e스포츠 월드컵 리그 오브 레전드 부문 초대 우승, 항저우 아시안게임 금메달까지 그가 프로게이머 세계에서 이룬 업적은 단연 백미(白眉)다. 이번 5번째 월드컵 우승으로 그 화려한 이력서를 한 층 더 빛나게 장식했다.



송옥진 기자

〈신문 기사 2〉 약장 · 종신단원 · 교수까지... 세계 클래식 심장부 파고든 'K-2030'



※ 출처: 한국경제 2026년 3월 11일 인터넷 뉴스 기사. 기사 원본은 QR코드 참고

〈신문 기사 3〉 김구의 '문화강국' 꿈, 80년 뒤 브로드웨이 · 칸 · 노벨로 꽃피다



※ 출처: 한국일보 2025년 8월 15일 1면기사. 기사 원본은 QR코드 참고

1 외신들이 페이커를 '마이클 조던'이나 '메시'와 비교하는 이유를 신문 기사에서 찾아 두 가지 근거를 써 봅시다.

①

②

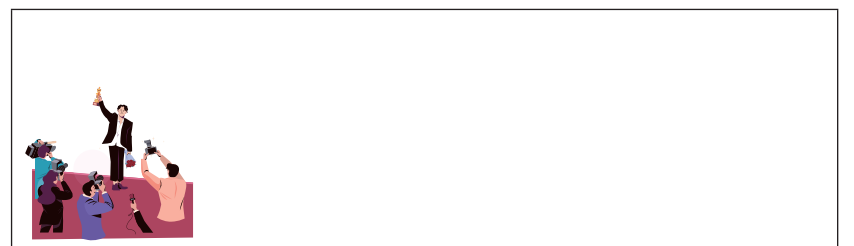
2 〈신문 기사 1, 2, 3〉에서는 우리나라의 다양한 분야가 세계로 확장되고 있음을 보여줍니다. 우리 주변에서 전 세계에 소개하고 싶은 '소소한 한국 문화'(예: 학교 급식, 마을버스, 에티켓, 온돌, 편의점 등)를 하나 선택해 'K[내가 정한 이름]'으로 이름 붙이고, 이를 소개하는 이유를 적어봅시다.

내가 정한 이름	소개하고 싶은 이유
K	

3 〈신문 기사 1, 2, 3〉에서 공통적으로 드러나는 가장 중요한 낱말(키워드)을 찾아 형광펜으로 표시한 뒤, 그 단어를 활용해 신문 기사 제목을 쉽고 재미있게 다시 작성해 보세요.

신문 기사의 제목	내가 만든 제목
'불멸의 영웅' 페이커 이상혁... 월드컵 5회 우승, MVP까지	
약장 · 종신단원 · 교수까지... 세계 클래식 심장부 파고든 'K-2030'	
김구의 '문화강국' 꿈, 80년 뒤 브로드웨이 · 칸 · 노벨로 꽃피다	

4 10년 후, 여러분이 이상혁 선수처럼 자신의 분야에서 세계적인 인정을 받아 큰 상을 받았다고 상상해 봅시다. 전 세계 기자들 앞에서 성공의 비결과 한국인으로서의 자부심, 그리고 팬들에게 전하는 당부의 말을 담아 소감문을 작성해 보세요.



05 K콘텐츠, 불법 유통을 막아라!

이제 한글은 단순한 문자를 넘어, 전 세계 패션과 디자인 분야에서 주목받는 강력한 'K브랜드' 자산으로 자리 잡고 있습니다. 외국인들이 한글의 기하학적인 선과 점에 매료되는 이유를 분석하고, 한글의 아름다움을 활용한 로고를 직접 구상해 봅시다.

<신문 기사 1>

※ 출처: 한국일보 2025년 4월 28일 24면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

글로벌 열풍 K콘텐츠...불법 복제물 '해적 소비' 中서 영어권 이동

K컬처가 인기를 얻을수록 해외에서의 저작권 침해 문제도 점점 심각해 지고 있다. 한국은행에 따르면 2024년 저작권 무역수지는 전년 대비 29% 성장해 33억 6,000만 달러(약 4조 9,000억원)의 흑자를 기록했다.

그러나 불법적으로 소비되는 우리 콘텐츠는 흑자 규모를 훨씬 상회하는 것으로 추정된다.

해외 불법 사이트 내 K콘텐츠의 불법 유통량(영상·웹툰)이 전년 대비 18.5% 증가한 4억 1,400만 개에 달하기 때문이다. 이 가운데 출시 1년 이내 신작이 1억 3,900만 개(33.5%)에 이른다. 콘텐츠 업계가 받는 경제적 피해와 좌절감도 점점 커지고 있다.

여기서 언급한 불법복제물이란, 저작

권법에 따른 정당한 권리자(저작권자, 저자인접권자 등)의 동의 없이 유통(복제·배포·전송 등)되는 창작물을 의미한다. 한국저작권보호원은 온라인상의 불법복제물 적발을 위해 국내외 사이트를 대상으로 실시간 모니터링 체계를 갖추고 있다. 또 COPY112(copy112.kcopa.or.kr) 사이트를 통해 권리자와 일반인의 신고도 접수하고 있다. 이와 관련, 흥미로운 점은 K콘텐츠에 대한 '해적 소비'의 중심이 기존 중국에서 영어권으로 옮겨가고 있다는 점이다. 언어별 K콘텐츠 불법복제물 적발 통계에 따르면 비영어권 유럽어(스페인어, 프랑스어, 포르투갈어)로 된 불법복제물이 2023년 약 513만 개에서 2024년 1,005만여 개로 크게 증가했고, 영어권의 경우도 2억 213

만여 개에서 2억 6,351만여 개, 러시아어는 867만여 개에서 약 1,555만 개로 2배 가까이 증가했다.

해외 불법 유통 사이트의 K콘텐츠 비중도 덩달아 늘고 있다. 이 사이트에선 불법 복제 K콘텐츠 등을 현지어로 번역한 뒤 현지인 대상으로 불법 수익을 내는 구조다.

영어권의 경우 유통되는 불법 콘텐츠 중 26.4%가 K콘텐츠였고, 유럽어 사이트에서는 19.6%, 러시아어 사이트에서는 10.2%가 K콘텐츠였다.

중국어 사이트의 경우 7.5%로 줄었는데, 최근 중국 정부가 '검방 특별활동'을 강화하기 때문으로 풀이된다. 검방 특별활동이란, 저작권 보호 및 불법 콘텐츠 유통 단속을 목적으로 중국 정부가 정기

적으로 실시하는 대규모 온라인 특별 단속 활동이다.

1990년대 이전까지만 해도 서구권이 일본 문화에 푹 빠진 시기가 있었다. 일본 요리 스키로 입문해 하이쿠(俳句·일본의 정형시)의 미학까지 탐닉하게 됐다는 푸른 눈의 일본 팬들이 많았다.

지금은 그 자리를 K콘텐츠가 대체했다. K팝으로 시작해 드라마, 웹툰, 소설, 클래식, 음식과 화장품까지 한국과 가까워지길 원한다. 지금까지는 우리에게 무관심했던 세계에 '우리 것'을 알리는 데에 집중했다면, 이제는 '공짜 소비'로부터 우리 콘텐츠를 지켜내는 것이 새 과제가 됐다.

박정렬 한국저작권보호원 원장



<신문 기사 2>

불법유통에 멎드는 K콘텐츠...저작권 보호 지원 통했다

※ 출처: 세계일보 2025년 3월 24일 20면 기사. 기사 원본은 QR코드 참고



<신문 기사 3>

K브랜드 도용 피해 2.5배 급증...“삼양식품, 27개국서 상표 분쟁”

※ 출처: 서울경제 2026년 1월 12일 2면 기사. 기사 원본은 QR코드 참고



1 K콘텐츠를 불법 복제하고 유통하는 행위는 K컬처 열풍에 찬물을 끼얹는 무책임한 행동입니다. <신문 기사 1, 2, 3>에서 불법 복제 사례를 찾아 2개 이상 작성해 보세요.

구분	불법 복제 사례
1	
2	
3	

2 아래는 <신문 기사 1, 2, 3>에 등장하는 주요 단어입니다. '내가 알고 있는 뜻'과 '국어사전의 정확한 뜻'을 각각 적어 비교해 보세요.

단어	내가 알고 있는 뜻	국어사전의 뜻
1		
2		
3		

3 <신문 기사 1, 2, 3>을 모두 읽고, 콘텐츠를 불법 복제하거나 도용하는 이유를 정리해 보세요. 또한 이를 예방하는 방법과 대응 방안도 함께 생각해 보세요.

구분	내용
불법 복제 · 도용 이유	
예방법과 대응 방법	

4 K컬처는 우리 모두가 함께 지켜야 할 소중한 지식재산입니다. 아래 공간에 K콘텐츠를 불법으로 복제하거나 도용해 그 가치를 훼손하는 사람들에게 보내는 '경고의 글'을 써 보세요.

제목:

내용:

활동자료 찾는 방법

① 휴대폰 : 오른쪽에 제시한 QR코드로 검색합니다.

② 컴퓨터 : 포털 네이버에서 '국립국어원 표준국어대사전'을 찾아 검색합니다.



06 한국 이미지를 훼손하는 '바가지요금' 부끄러워요

외국인들은 K컬처에 대한 기대와 설렘을 안고 '한류 성지'인 우리나라를 찾습니다. 그러나 일부 방문객들은 예상보다 높은 음식값이나 택시요금 등으로 불편을 겪기도 합니다. 이러한 바가지요금은 K컬처의 긍정적인 이미지를 깎아내릴 수 있다는 점에서 우려를 낳고 있습니다.

〈신문 기사 1〉

※ 출처: 머니투데이 2026년 1월 16일 2면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

정부 나서서 '바가지' 잡는다...관광객 발길도 잡힐까

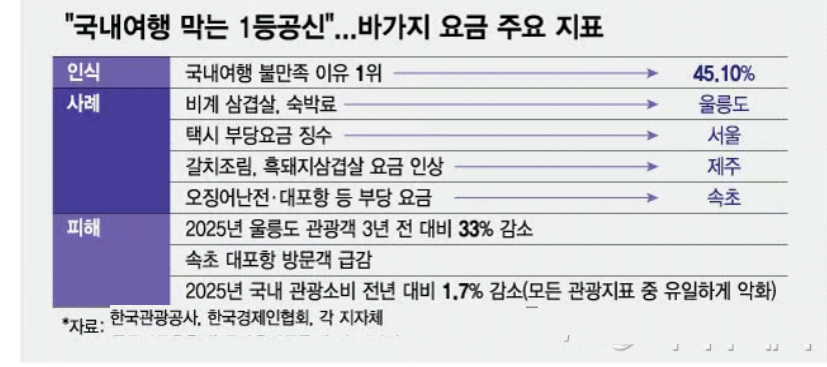
정부가 국내 관광시장의 '고질병'인 바가지 요금 근절을 위해 올해부터 대응을 강화한다. 관광업계에서는 침체됐던 국내여행 소비를 늘리고 외국인 관광객 사이에 자리 잡은 부정적 이미지를 해소할 것으로 기대한다.

15일 문화체육관광부에 따르면 정부는 바가지 요금 대응을 위해 크게 세 가지 축으로 대책을 마련했다. 지방자치단체와의 협력, 제도 정비, 신고체계 구축이다.

정부는 QR코드를 활용해 관광공사와 담당 조직 등에 즉각 신고할 수 있도록 하는 체계가 큰 효과를 낼 것으로 기대한다.

강동진 문화체육관광부 관광정책관은 "정부와 지자체가 함께 대응을 강화하기로 했다"며 "더 진전된 방안도 이른 시일 내에 내놓겠다"고 말했다.

외국인 관광객의 바가지 피해를 근절하기 위한 방안도 마련한다. 문체부는 가격 표시제를 위반하거나 부당하게 이익을 내는 업주·관광지 등을 대상으로



단속을 추진한다. 외국인에게 판매하는 먹거리에 과도한 요금을 부과해 논란이 된 광장시장은 관련 조례를 마련한다. 바가지 요금은 국내 관광지 방문 수요를 위축시키는 주요 요인으로 꼽힌다.

최근 '비계 삼겹살(울릉도)이나 '삼겹살·순대볶음 부당요금'(제주도, 부산), '오징어·홍게 가격 과잉청구'(속초) 등 논란이 잇따르며 부정적 이미지가 확산됐다.

일부 지역에서는 실제 관광 수요 감소

로 이어졌다. 민관 집계에 따르면 울릉도의 지난해 관광객은 35만여명으로 2022년(46만여명) 대비 33% 감소했다.

지난해 한국경제인협회가 국민 1000명을 대상으로 한 '국내·해외여행 선호도 조사'에서도 국내여행이 해외여행과 비교해 만족스럽지 않은 이유 1위는 높은 관광지 물가(45.1%)였다.

관광업계는 바가지 요금이 해소되면 침체됐던 국내여행 소비가 늘어날 것으로 내다본다.

지난해 관광업체 수와 외국인·내국인 관광객 수 등 모든 관광지표가 개선되는 가운데 국내여행 소비만 유일하게 전년 대비 1.7% 감소했다.

관광 플랫폼 관계자는 "국내여행은 가성비와 접근성을 중요하게 생각하는 특징이 있다"며 "최근 몇 년간 '국내여행은 바가지 쓴다'는 인식이 지갑을 닫게 만든 것"이라고 설명했다.

장기적 관점에서 국내 관광지를 찾는 외국인 관광객도 더 늘릴 수 있을 전망이다. 협의체 구성, 선제적 단속 강화 등으로 한 발 먼저 바가지 근절에 나선 제주도가 대표적이다. 제주도의 지난해 외국인 관광객은 224만여 명으로 전년 대비 17.7% 증가했다. 관광공사 관계자는 "올해 K컬처 관심 증가, 중국인 단체 무비자 시행 등으로 외국인 관광객이 증가하는 만큼 서비스 문제를 지속 개선하겠다"고 말했다.



오진영 기자

〈신문 기사 2〉

1만원 거리인데 "눈 와서 5만원"... 바가지 택시 골머리



※ 출처: 중앙일보 2026년 1월 27일 18면 기사. 기사 원본은 QR코드 참고

〈신문 기사 3〉

K관광 발목 잡는 바가지 상흔



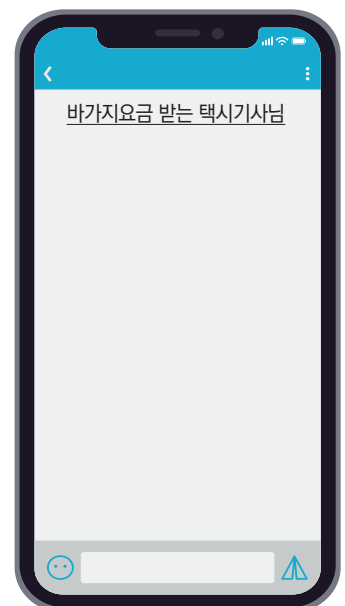
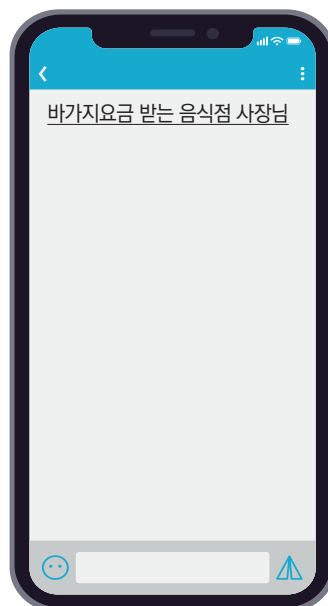
※ 출처: 서울경제 2026년 1월 19일 29면 기사. 기사 원본은 QR코드 참고

1 〈신문 기사 1〉을 읽고, 바가지요금이 발생하는 이유와 그로 인한 문제점을 생각해 정리해 보세요.

구분	내용
바가지요금의 이유	
바가지요금의 문제점	

→ ()번 개선 방법 제안 :

3 바가지요금으로 인해 외국인들이 한국에 대해 부정적 인식을 가질 수 있습니다. 그래서 K컬처 열풍에 찬물을 끼얹는 일부 상인과 택시기사에게 '바가지요금 중단'을 호소하는 SNS 메시지를 써보세요.



2 〈신문 기사 1, 2, 3〉에서 바가지요금의 구체적인 사례를 찾아봅시다. 그중 한 가지를 선택해 이를 해결할 수 있는 개선 방법을 제안해 보세요.

단어	사례
1번	
2번	
3번	

07 지금 입은 '한복'은 어느 나라에서 만들었을까요?

우리나라 전통 의상인 한복은 K컬처의 인기에 힘입어 전 세계적으로 큰 관심을 받고 있습니다. 특히 그룹 방탄소년단(BTS)과 같은 스타들뿐만 아니라, '케이팝 데몬 헌터스'와 같은 콘텐츠도 한복의 아름다움을 알리는 데 한몫하고 있어요. 그러나 경북궁 등 전통문화를 체험할 수 있는 장소에서 관광객들이 입은 한복의 상당수가 외국산이라는 점은 아쉬움을 남깁니다. 최근에는 K팝과 K드라마를 넘어 스포츠·문화·예술 등 다양한 분야에서 세계를 선도하는 한국의 사례가 점점 늘어나고 있습니다.

〈신문 기사 1〉

※ 출처: 머니투데이 2025년 9월 12일 25면 기사. 기사 원본은 QR코드 참고

금박자수에 시스루까지...경복궁 누비는 '無국적 한복'

한복을 착용하면 고궁·종묘 등 국가유산을 무료로 입장할 수 있는 '한복 무료 관람'을 두고 문화계의 우려가 커진다. 우리 문화에 대한 외국인들의 관심을 높여야 하는 취지지만 자칫 한복의 잘못된 인식을 굳힐 수 있다는 목소리다.

11일 머니투데이가 서울 경복궁과 종묘, 덕수궁, 창덕궁 등 국가유산 일대의 한복 대여상점 11곳에 질의한 결과 모두 '지난해부터 한복 대여 건수가 늘었다'고 응답했다.

역대급 관광객 수를 기록한 2019년보다 대여 건수가 많다고 응답한 곳도 과반수인 7곳(63%)이었다.

한복 대여상점들은 대여하는 복장을 '전통적인 한복'이라고 소개하며 입기만 해도 서울의 주요 국가유산을 무료 입장할 수 있다고 홍보한다. 고궁·종묘·왕릉 등을 관리하는 국가유산청 궁능유적본부에 따르면 전통한복이나 생활한복을

입으면 내외국인에 관계없이 경복궁 등 5개 궁궐과 종묘, 조선왕릉을 모두 무료로 입장할 수 있다.

궁능유적본부는 "한복을 대중화하고 세계화하려는 취지"라고 설명했다.

문제는 대부분의 대여 한복이 국적불명의 모호한 의상이라는 점이다. 금박으로 자수를 놓거나 서양 드레스처럼 풍성하게 부풀 치마, 속이 들여다보이는 '시스루' 옷도리는 전통 한복 복식과는 거리가 멀다.

우리 문화를 소재로 한 애니메이션 영화 '케이팝 데몬 헌터스'가 유행하며 지난달부터 등장 인물을 흉내낸 검정 두루마기와 검정 갖의 대여도 크게 늘었는데, 이 역시 전통 한복은 아니다.

전통문화계 관계자는 "모든 대여 한복이 전통과 다르다고는 할 수 없다"면서도 "지나치게 화려하거나 리본 모양 고름 매듭을 매거나, 금색으로 수를 놓는

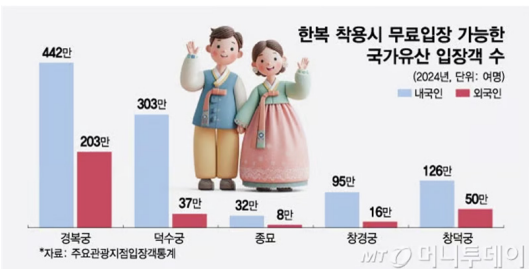
등 특징은 우리 한복의 특징과는 차이가 있다"고 말했다.

그러면서 "대부분의 대여용 의상이 조상들이 입던 옷과 다른 것은 사실"이라고 말했다.

'잘못된 인식을 심어 줄 것'이라는 비판이 나오지만 아직 뚜렷한 지침은 없다. 궁능유적본부가 저고리와 바지의 형태 등 일부 지침을 내놓았으나 강제성은 없다.

지난해 최응천 문화재청장(국가유산청 전신)이 "국적 불명 한복을 개선하겠다"고 언급했으나 현재까지 업소나 착용 관광객 단속은 이뤄지지 않고 있다. 유산청 고위 관계자는 "별도로(착용을) 제한한다거나 하는 논의는 현재 없다"고 말했다.

문화계는 우리 문화에 대한 관심이 높



아지고 있는 만큼 확고한 기준을 마련하는 것이 중요하다고 지적한다. 특히 중국 등이 '한복은 한복(중국 전통 의상)에서 유래했다'고 주장하며 베이징 동계올림픽에 한복을 입은 공연자를 등장시키는 등 분쟁을 빚으면서 '퓨전 한복'에 대한 국민 경계심도 커졌다.

지난해 한복을 입은 중국 방송인이 경복궁을 찾아 '한복에도 중국식이 있다'고 주장해 논란이 일기도 했다.



오진영 기자

〈신문 기사 2〉

짧은 저고리, 풍성한 치마...한복의 美 살린 '패션 혁명'



※ 출처: 동아일보 2025년 1월 27일 18면 기사. 기사 원본은 QR코드 참고

〈신문 기사 3〉

한복(韓服)



※ 출처: 부산일보 2022년 2월 8일 22면 기사. 기사 원본은 QR코드 참고

① 〈신문 기사 1〉을 읽고 한복을 입었을 때의 혜택이 무엇인지 찾고, 어떠한 문제점이 있는지 적어봅시다. 또한 〈신문 기사 1〉에서 찾은 혜택과 문제점을 붉은색 사인펜이나 형광펜으로 표시해 보세요.

구분	기사 내용
혜택	
문제점	

② 〈신문 기사 2〉와 〈신문 기사 3〉을 읽고, 우리나라 '한복'과 '중국 의상'의 특징과 차이점을 정리해 보세요.

③ 〈신문 기사 2〉와 〈신문 기사 3〉을 바탕으로 '한복'과 '중국 의상'의 차이를 이미지로 비교해 봅시다. 신문 기사나 인터넷을 활용해 사진이나 그림을 찾아 붙이거나, 직접 그림을 그려도 좋습니다.

한복	중국 의상
출처 □ 종이신문일 경우 → _____ 신문(일보) 20 년 월 일 면 □ 인터넷 뉴스일 경우 → _____ 신문(일보) 20 년 월 일 시 분	출처 □ 종이신문일 경우 → _____ 신문(일보) 20 년 월 일 면 □ 인터넷 뉴스일 경우 → _____ 신문(일보) 20 년 월 일 시 분

활동 방법

- 1) 사진이 클 경우, 접어서 붙입니다.
- 2) 일반 프린트로 뽑은 컬러사진 또는 흑백사진도 가능합니다.

우리나라의 소중한 전통 콘텐츠인 '한복'의 가치를 지키기 위해, 우리가 해야 할 일은 무엇인지 생각해 봅시다. 최근에는 K팝과 K드라마를 넘어 스포츠·문화·예술 등 다양한 분야에서 세계를 선도하는 한국의 사례가 점점 늘어나고 있습니다.

〈신문 기사 4〉

※ 출처: 조선일보 2026년 1월 31일 10면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

한복 열풍 불면 뭐하나... 국내 업체들, 중국산에 밀려 줄폐업

30일 오후 서울 종로구 경복궁 바로 옆 지하문로 골목길. 20여 한복 대여점이 몰려 있어 '한복 대여 거리'라 불리는 이곳은 영하의 날씨에도 북적였다. 영어로 '한국 전통 의복'이라고 적힌 간판 앞에 한복을 빌리러 온 외국인 관광객 수십 명이 몰려 있었다.

비슷한 시각 경복궁에서 불과 3km 떨어진 서울 종로구 광장시장 한복 거리는 텅텅 비어 있었다. 한복 판매점 30곳이 몰려 있었지만 이날 오후 내내 가게를 찾는 손님은 거의 없었다.

이곳에서 30년째 한복 가게를 운영하고 있는 이모(65)씨는 "외국인들이 입는 한복은 죄다 중국 공장에서 찍어낸 제품들"이라며 "정성 들여 만든 국산 한복이 설 자리가 없다"고 했다. 10년 전만 해도 이곳의 한복 판매점은 300곳이 넘었다.

전 세계에 불고 있는 'K컬처' 바람으로 한복을 찾는 관광객이 크게 늘었지만, 정작 국내 한복 산업은 고사 위기에 빠졌다.

값싼 공정으로 제작된 중국산 한복이 대여·판매 시장을 장악하면서 고품질 국산 한복의 설 자리를 빼앗고 있기 때문이다.

국가유산청에 따르면 서울 4대 궁궐



지난 25일 서울 종로구 광장시장 한복 거리. 한복 가게 30곳이 몰려 있지만 손님 찾아보기 어려웠다. 한복 가게도 10년새 300여 곳에서 30곳으로 줄었다. 김지호 기자

(경복궁·창덕궁·덕수궁·창경궁)과 종묘에서 한복을 착용하고 입장한 관광객은 지난 2020년 15만4924명에서 작년 207만3101명으로 13배 넘게 증가했다. 그룹 방탄소년단(BTS)과 전 세계 누적 시청 수 3억회를 돌파한 애니메이션 '케이팝 데몬 헌터스' 등으로 한국을 찾는 외국인 관광객이 늘어난 덕분이다.

그러나 문화체육관광부와 국가데이터처에 따르면, 2010년 3737개였던 한국



국 공장에서 대량으로 찍어낸 한복과 경쟁이 힘들다"고 했다. 수작업 위주로 한복을 제작해온 국내 업체들은 "큰 비용을 들여 공장을 지어도 중국의 낮은 인건비와 경쟁하긴 어려운 상황"이라고 했다.

국내 수입된 중국산 한복은 검증되지 않은 소재와 제조 방식 탓에 안전성 논란을 일으키고 있다.

서울시가 작년 1월 발표한 자료를 보면, 국내 진출 중국 전자상거래 플랫폼 알리에서 판매된 중국산 어린이 한복 7종 중 5종 제품에서 국내 기준치를 초과한 1급 발암 물질 '폼알데하이드'가 검출됐다.

최근에는 베트남산 한복도 국내 시장을 침투하고 있다.

국내 최대 전자상거래 플랫폼 쿠팡에서 '한복'을 검색해 보면 나오는 인기 상위 제품 10개 중 6개가 중국산, 1개는 베트남산이었다. 국산 제품으로 확인된 건 하나뿐이었다. 나머지 2개는 제조국이 어디인지 나와 있지 않았다. 한 한복업체 관계자는 "값싼 베트남산 한복을 국산으로 속여 비싸게 파는 경우도 있다"고 했다.

김병권·이나윤·원종빈 기자



4 우리나라에서는 10월 21일을 '한복의 날'로 지정하고, 매년 10월 셋째 주를 '한복 문화주간'으로 운영하고 있습니다. 이 기간동안 전국에서 한복의 멋과 전통을 알리는 다양한 문화 행사가 열립니다. 신문 기사나 인터넷 자료를 활용해 관련 내용을 조사해 봅시다.

구분	내용
행사 일정	
행사 취지	
주요 행사	
내가 관심 있는 프로그램	
참석했다고 가정하고 짧은 소감 쓰기	

5 〈신문 기사 4〉에 제시된 두 가지 그래프의 내용을 친구들에게 설명해 봅시다. 기사의 내용과 연관 지어 짧은 설명글을 작성해 보세요.

6 외국인들의 한복에 대한 관심이 높아지고 있음에도 불구하고, 국내 한복업체들이 잇따라 폐업하는 현상이 나타나고 있습니다.

1) 〈신문 기사 4〉를 읽고, 아래 표에 관련 내용을 정리해 보세요. 또한 중요한 부분에는 붉은색으로 밑줄을 그어 표시해 봅시다.

활동 방법 자료를 찾는 과정에서 2026년 자료가 없다면 2025년 자료도 사용이 가능합니다.

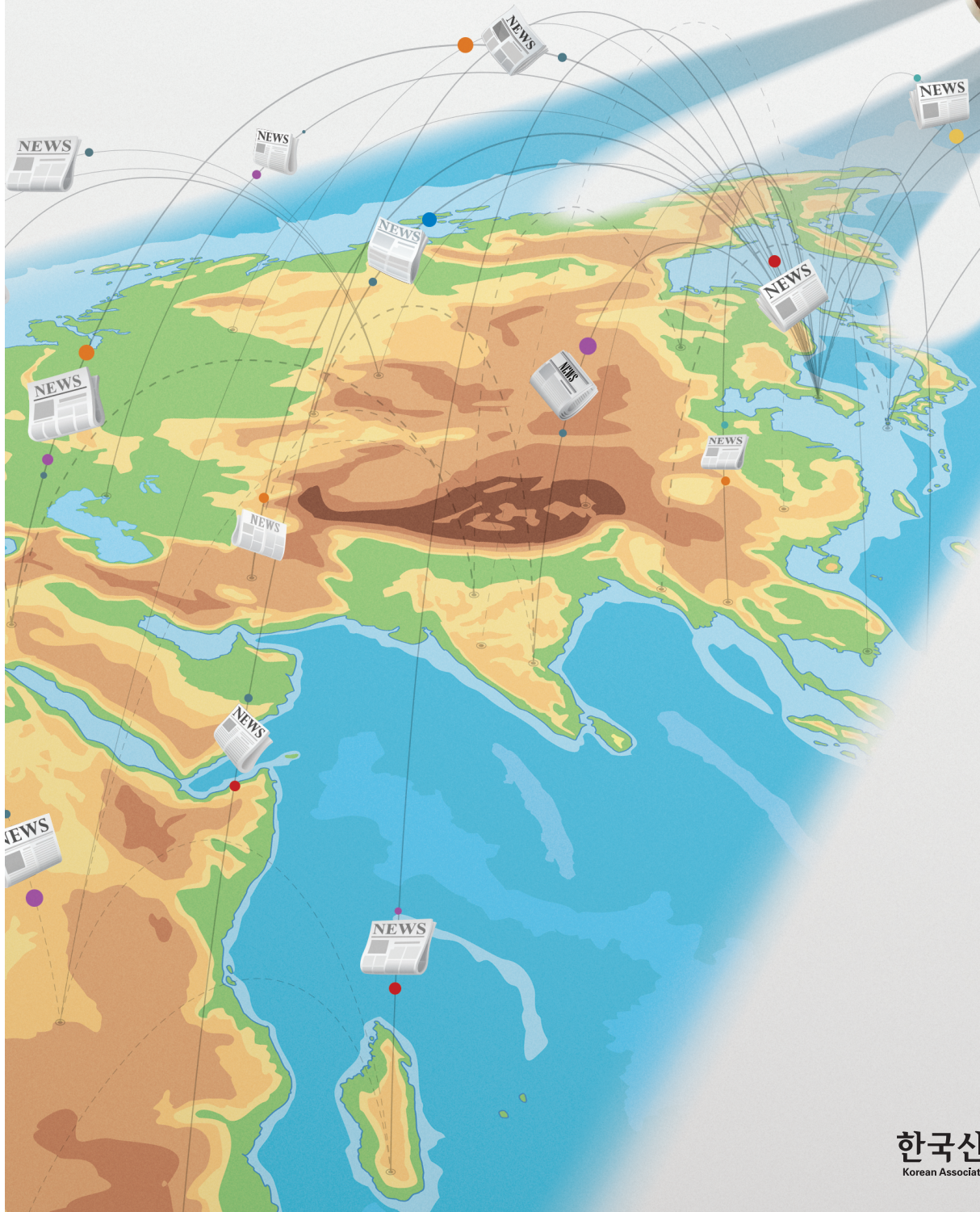
구분	기사 내용
외국산 한복 유통 상황	
외국산 한복의 유해성	
한복 산업이 내리막길을 가게 된 배경	

2) 우리나라의 한복 산업이 더욱 활성화되기 위한 아이디어나 제안을 생각해 작성해 보세요.



알고리즘 너머 진짜 세상을 읽다

보이는 데이터만이 아닌 보이지 않는 맥락까지 잡아내는 힘!
울타리 안의 정보만이 아닌 살아 있는 현실을 마주하는 힘!
신문을 읽는 것은 알고리즘을 넘어서는 본질을 만나는 것입니다.



08 세계가 감탄하는 스마트 인프라

외국인 관광객들이 한국에서 가장 놀라는 점은 화려한 빌딩이 아니라, 우리가 일상에서 무심코 지나치는 다양한 공공시설입니다. 추위와 더위를 막아 주는 버스 정류장 '스마트 쉼터', 카드 하나로 다양한 교통수단을 이용할 수 있는 '스마트 환승 시스템', 그리고 구청이나 주민센터를 방문하지 않고도 각종 서류를 발급받을 수 있는 '정부 24'까지 첨단 기술에 따뜻한 배려와 편리함을 더한 K스마트 인프라는 세계적인 모범 사례로 주목받고 있습니다. 최근에는 K팝과 K드라마를 넘어 스포츠·문화·예술 등 다양한 분야에서 세계를 선도하는 한국의 사례가 점점 늘어나고 있습니다.

<신문 기사 1>

※ 출처: 서울경제 2024년 11월 20일 인터넷 기사. 기사 원본은 QR코드 참고

해외서도 인정받은 성동구 스마트쉼터, '그린애플 어워즈' 수상

서울 성동구의 생활밀착시설인 '성동형 스마트쉼터'가 지난 18일 영국 런던에서 열린 '2024 그린애플 어워즈'에서 은상을 수상했다. 그린애플 어워즈는 영국의 친환경 비영리단체인 '그린 오가니제이션'이 주최하고, 유럽연합과 영국왕립예술협회, 영국 환경청이 인정하는 세계 4대 환경상

이다. 구는 사물인터넷(IoT) 기술을 적용해 지난 2020년 8월 전국 최초로 도입한 '성동형 스마트쉼터'를 출품했고, '에너지관리-탄소 감축' 부문에서 우수사례로 선정됐다. 성동형 스마트쉼터는 폭염과 한파로부터 대중교통 이용객을 보호하는 버스

정류장이다. 냉난방, 교통·기상정보, 공공 와이파이, 휴대전화 충전 등 18종의 생활편의를 제공한다. 지난 2020년 대한민국 지방자치 정책대상에서 최우수상, 2023 대한민국 공공디자인 대상에서 우수상, 2024 대한민국 국토대전에서 한국공공디자인학회장상

을 받은 등 대내외에서 좋은 평가를 받기도 했다. 정원오 구청장은 "성동구를 대표하는 스마트 생활밀착 정책인 '성동형 스마트 쉼터'가 해외에서도 높은 평가를 받아 보람을 느낀다"고 말했다.



김병현 기자

<신문 기사 2>

※ 출처: 문화일보 2025년 10월 16일 인터넷 기사. 기사 원본은 QR코드 참고

해외 신용카드 한 장으로 서울시 버스·지하철 이용 가능해진다

서울시는 외국인 관광객의 대중교통 이용 편의를 높이기 위해 EMV 규격 기반의 '오픈루프 교통결제 시스템'을 단계적으로 도입한다고 16일 밝혔다. 이를 통해 외국인 관광객은 별도의 교통카드 구매나 충전 없이, 해외 신용카드 한 장으로 서울의 버스와 지하철을 바로 이용할 수 있게 된다. 코로나19 이후 서울을 찾는 외국인 관광객은 2024년 1636만 명, 올해는 2000만 명 돌파가 예상되는 등 급증하고 있다. 그러나 지금까지 외국인 관광객은 교통카드를 현금으로 구입·충전해야 하며, 해외 신용카드 결제가 불가능해 불편을 호소해왔다.

서울시는 '관광도시 서울의 매력을 높이려면 교통 접근성부터 국제 표준 수준으로 개선해야 한다'는 판단 아래 2023년부터 교통운송기관, 해외 카드사, 정부부처 등과 협의를 진행해왔다. 단기적으로는 올해 말까지 지하철 신형 교통카드 발매기(키오스크)를 통해 해외 신용카드로도 교통카드 구매·충전이 가능하도록 시스템을 개선하고 있다. 9월 6일부터 서울지하철 1~8호선 주요 역사 25개에서 신형 키오스크를 이용할 수 있으며, 현재 국내 신용카드 1회권, 정기권, 기호동행카드 충전이 가능하다. 연말까지 440대의 키오스크가 순차 도입될 예정이다. 또한 아이폰 이용자를 위해 티머니 애플

플레이에서 해외카드 충전 기능을 연내 제공하고, 안드로이드폰은 티머니 '코리아투어카드' 앱에서 충전 가능하다. 이를 통해 외국인도 별도의 환전 없이 카드 한 장으로 교통카드를 충전하고 이용할 수 있다. 중장기적으로는 2025년부터 2030년까지 EMV 규격의 오픈루프 결제 시스템으로 단계적 전환을 추진한다. 1단계(2025~2026년)는 버스 단말기 EMV 인증 모듈 설치 및 결제서버 구축, 2단계(2027년)는 지하철 1~8호선 EMV 단말기 교체, 3단계(2028~2030년)는 마을버스·민자철도 및 수도권 통합환승기관으로 확대하는 계획이다. 오픈루프 결제 시스템은 기존 폐쇄형

교통카드와 달리 글로벌 결제망(EMV 컨택리스)을 기반으로 하므로 다수 기관과 해외 카드사 협력이 필요하다. 서울시는 수도권 통합환승제 참여 기관과 단말기 교체주기, 정산시스템, 네트워크 연동 방식 등을 고려해 공동 표준을 수립할 예정이다. 여장권 서울시 교통실장은 "서울은 세계인이 찾는 관광도시인 만큼, 교통결제 환경도 국제 수준으로 개선해야 한다"며 "단계적 오픈루프 전환을 통해 외국인 교통 편의를 높이고, 스마트 서울의 위상을 강화하겠다"고 말했다.



조연 기자

<신문 기사 3>

AI G3 보인다...韓, 프랑스 제치고 5위 올라

※ 출처: 전자신문 2025년 12월 9일 3면 기사. 기사 원본은 QR코드 참고



1 세 가지 신문 기사에서 소개된 우리나라의 스마트 인프라가 무엇인지 찾아보고, 각각이 시민들에게 어떤 편리함을 제공하는지 그 우수성을 찾아 정리해 보세요.

구분	내용 정리
신문 기사 1	
신문 기사 2	
신문 기사 3	

2 여러분이 직접 경험해 본 스마트 인프라는 무엇인가요? 직접 사용해 본(또는 현재 사용 중인) 스마트 인프라의 사진을 찍어 붙이고, 사용해 본 소감을 작성해 보세요. - 교통카드, 키오스크, 무인 택배함 등 어떤 사례든 가능합니다.

<사진 붙이는 곳>

소감:

3 <신문 기사 1, 2, 3>에서 소개된 스마트 인프라 또는 2번 활동에서 선택한 사례 중 하나를 골라, 다른 나라에 수출한다고 가정해 봅시다. 어느 나라에 수출하면 좋을지, 그리고 그 이유는 무엇인지 구체적으로 작성해 보세요.

스마트 인프라의 종류	
수출하고 싶은 나라나 도시	
그 나라(도시)에 수출하려는 이유 (도움이 되는 점)	

4 우리 동네에 있으면 좋겠다고 생각되는 시설이 있나요? 미래의 편리한 인프라를 상상해 간단한 그림과 함께 설명해 보세요. 그림이 어렵다면 부모님의 도움을 받아 이미지 생성형 AI를 활용해도 좋습니다.

이름:	
주로 사용하는 장소나 사람:	
사용 방법이나 시설물의 특징:	
편리한 점:	

09 문화의 힘이 나라의 힘! 한국 브랜드의 가치

3월 21일 광화문에서 열린 BTS의 컴백 무대는 전 세계 190개국에 중계되며 K컬처의 위상을 한층 높였습니다. 이번 공연은 약 5조 6천억 원에 달하는 경제적 가치를 창출한 것으로 평가되며, 문화의 힘이 곧 국가 브랜드 경쟁력임을 입증했다고 해요. 이처럼 문화의 영향력은 곧 나라의 힘이 되고, 한국 브랜드의 가치를 더욱 높이고 있습니다.

<신문 기사 1>

※ 출처: 한국경제 2026년 3월 20일 인터넷기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

“오빠들 보러 왔어요”...인천공항 입국장에 외국인들 “복적복적”



방탄소년단(BTS)의 광화문 컴백 공연을 앞두고 이달 들어 한국을 찾은 외국인 관광객이 지난해 같은 기간보다 30% 넘게 급증한 것으로 나타났다.

20일 법무부 출입국·외국인정책본부에 따르면 지난 1일부터 18일까지 국내에 입국한 외국인(승무원 제외) 수는 109만9675명으로 집계됐다.

지난해 같은 기간(82만8499명)과 비교하면 27만1176명(32.7%) 늘어난 수치다. 이는 서울 광화문 광장에서 열리는 BTS 컴백 공연에 맞춰 한국을 찾는 외국인 관광객이 증가한 영향으로 풀이된다.

<후략>



신용현 한경닷컴 기자

<신문 기사 2>

※ 출처: 헤럴드경제 2026년 3월 24일 인터넷기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

BTS 경제효과 공연 전·후 급증, 공연 중 침묵...소비 공백

<전략>

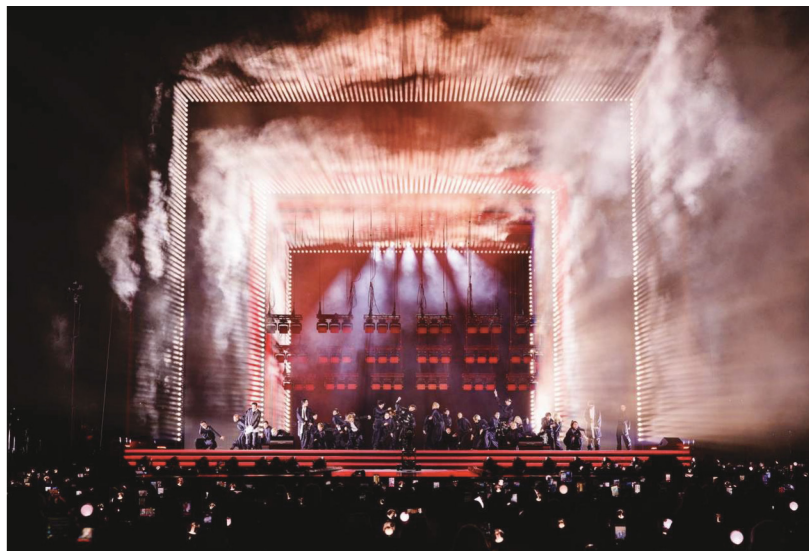
블룸버그 통신에 따르면 이번 광화문 공연 하루의 경제적 파급 효과는 약 1억 7,700만 달러(약 2,660억 원)로 추산된다.

이는 테일러 스위프트 에라스 투어의 도시별 평균 경제효과(5,000만~7,000만 달러)를 약 3배 웃도는 수치다.

월스트리트저널(WSJ)도 BTS를 ‘슈퍼팬 시대’의 대표 사례로 꼽으며, 이번 공연이 한국의 인바운드 관광 경제에 미칠 파급력에 주목했다. 이에 오렌지스퀘어는 실제 그 효과가 방한객 결제 데이터에서 어떻게 나타나는지 와우패스 결제 데이터를 추적했다.

▶ 광화문 상권 들썩...와우패스 결제 전년 비 31.4% ↑

콘서트 주간 3일간 방한 외국인의 와우패스 결제가 전국에서 약 30만 건(약 71억5000만 원) 발생했다. 전년 대비 20.2% 성장했다.



광화문·시청 일대로 좁히면 그 변화는 더욱 극적이다. 이 권역의 결제 금액은 약 8억 원으로 전주(7억 원) 대비 12.7%, 전년(6억 원) 대비 31.4% 증가했다.

전국으로 들여다보면 전년 대비 성장률(20.2%)의 약 1.5배에 달하는 수치로, BTS의 공연이 광화문 일대 상권에 직접적인 소비 유입 효과를 만들어낸 것으로 분석된다.

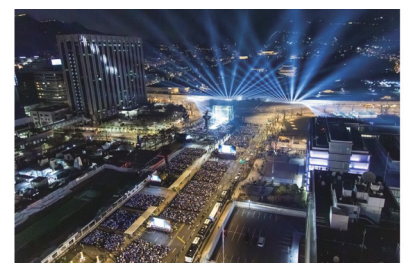
<중략>

▶ 와우패스 일일 결제 역대 1위...이틀 연속 경신

BTS 효과는 와우패스 플랫폼 전체 지표에서도 역대 기록을 갈아치웠다.

3월 21일(토, 공연 당일) 발생한 일일 결제액은 24억9000만 원으로 2022년 서비스 개시 이래 역대 1위를 기록했다.

전날인 3월 20일(금)도 24억4000만 원



으로 역대 2위에 올랐다.

지난해 일일 최고 거래액(20억8000만 원) 대비 19.7% 증가했다. 이틀 연속 역대 최고 기록을 경신하면서 BTS의 컴백은 방한 외국인의 실소비 규모 자체를 한 단계 끌어올렸다.

<후략>



함영훈 기자

<신문 기사 3>

넷플릭스 韓 상륙 10년...글로벌 톱10에 K콘텐츠 210편 올랐다



※ 출처: 한국경제 2026년 3월 13일 인터넷기사. 기사 원본은 QR코드 참고



1 <신문 기사 1>과 <신문 기사 2>를 읽고, BTS 공연이 만들어낸 주요 수치와 성과를 정리해 보세요.

항목	수치
3월 1~18일 외국인 입국자 수	()만 명
전년 같은 기간 대비 입국자 수 증가율	()%
광화문 공연 하루의 경제적 파급 효과 (블룸버그 추정치)	()달러
콘서트 주간 3일간 방한 외국인의 와우패스 결제 건수	()건

2 <신문 기사 3>을 읽고, K콘텐츠가 세계로 퍼져나간 흐름을 정리해 봅시다.

1) <기사에 등장하는 연도별 K콘텐츠 인기 작품을 찾아보고, 'TOP 10'에 오른 국가 수를 찾아 아래 타임라인에 정리해 보세요.

2016년 넷플릭스 한국 진출

연도	작품명	'TOP 10'에 오른 국가 수
2019년		
2020년		
2021년		
2022년		
2023년		
2024년		
2025년		

2) 한국문화관광연구원이 2024년에 발표한 조사에서, 외래 관광객이 한국 여행에 관심을 갖게 된 가장 큰 이유로 무엇이 꼽혔는지 찾아서 써 봅시다.

(, %)

3 K콘텐츠가 한국의 국가 브랜드를 어떻게 높이는지 살펴보았습니다. 이제 여러분이 직접 한국을 알리는 사람이 되어 봅시다.

1) 아래 표의 'K콘텐츠'란에 우리가 알고 있는 사례를 채워 넣고, 그것이 세계에 어떤 한국의 이미지를 형성하는지 생각해 보세요.

구분	대표적인 사례	세계에 심어주는 한국 이미지
K팝		
K드라마		
K푸드		
K뷰티		
K웹툰		
K게임		

2) 아직 세계에 널리 알려지지 않은 한국만의 숨겨진 매력을 한 가지 선택해, 이를 알리는 짧은 홍보 문구(슬로건)를 만들어보세요.

- 내가 고른 한국의 매력:

- 나만의 홍보 슬로건

“ ”

4 다음은 BTS 공연 이후 보도된 기사 제목입니다.

BTS 컴백 공연에 외신도 “한국 소프트파워의 성대한 귀환” (경향신문 2026년 3월 22일)

소프트파워의 반대 개념인 '하드파워(Hard Power)'는 군사력, 경제 제재처럼 물리적인 힘으로 상대를 움직이는 것을 의미합니다. 그렇다면 '소프트파워'란 무엇일지 자신의 말로 쉽게 설명해 보세요. 또한, 아래 보기 중 소프트파워에 해당하는 것에 ○ 표시해 봅시다.

소프트 파워란:

- 공연() 각종 무기() 언어교육() 음식()
- 패션() 여행, 관광() 관세, 무역 장벽()



10 우리의 방패로 세계를 지킨다

전 세계적 갈등 확산으로 방위산업의 중요성이 대두되는 가운데, 중동에 수출된 미사일 방호 체계 '천궁-II', 폴란드의 K2 전차 대량 도입, 미국의 함정 건조 요청 등 우리나라의 K-방산이 뛰어난 기술력을 바탕으로 세계 시장의 주목을 받으며 글로벌 안보를 지키는 핵심 동력으로 자리매김하고 있습니다.

<신문 기사 1>

※ 출처: 세계일보 2026년 3월 6일 4면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

천궁-II 성능 본 중동국 K방산 '러브콜'



<전략>
5일 업계에 따르면 아랍에미리트(UAE)가 우리 정부에 요격미사일 조기 공급을 요청한 것으로 전해졌다. UAE는 중동 국가 중 천궁-II를 처음 도입한 나라로, 2022년 10개 포대 납품 계약을 체결한 뒤 현재까지 2개 포대가 배치됐다.

UAE는 이란의 공격을 받아 방공무기에 대한 수요가 늘어나자 천궁-II 포대를 납기보다 빨리 공급해 달라고 요청했으나 정부가 난색을 표한 것으로 알려졌다. 우리 군은 물론 사우디아라비아, 이라크 등 계약을 체결한 나라에 공급해야 하는 물량이 있고, 현재로서는 군사적 충돌이 격화하는 중동지역으로 포대를 이

송하기도 쉽지 않기 때문에 풀이된다. 계약 체결 후 현지 개량작업을 진행 중인 사우디와 이라크도 이란발 포격에 다급하게 천궁-II의 조기 조달을 요구 중이다.

<후략>

이현미 · 박수찬 기자



<신문 기사 2>

※ 출처: 국민일보 2026년 3월 4일 20면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

'요격미사일 품귀'... 중동 확전에 주목받는 K방산



<전략>
나토 29개 회원국의 2021~2025년 무기 수입은 직전 5년보다 143% 증가했고, 이 기간 도입 무기의 58%는 미국, 8.6%는 한국이 공급했다. 한국 뒤를 이은 공급국은 이스라엘 7.7%, 프랑스 7.4%였다.
한국의 존재감이 세계 시장에서도 확인됐다. SIPRI는 한국이 2021~2025년 세계 주요 무기 수출의 3.0%를 차지해 9위에 올랐다고 집계했다. 같은 기간 한국의 주요 수출 상대는 폴란드 58%, 필

리핀 18%, 아랍에미리트(UAE) 9.5%였다.
이 같은 흐름은 폴란드에서 가장 선명하게 드러났다.
우크라이나·벨라루스와 국경을 맞댄 폴란드는 2021~2025년 나토 회원국 전체 무기 수입의 17%, 세계 전체 무기 수입의 3.6%를 차지한 최대 수입국이었다. 폴란드의 무기 수입은 직전 5년보다 852% 급증했고, 이 기간 들어온 무기의 47%는 한국, 44%는 미국에서 왔다.
한국은 K2 전차, K9 자주포, FA-50 경

공격기 등을 앞세워 폴란드 재무장의 핵심 공급국으로 자리 잡았다.

<중략>

이처럼 유럽 전체가 재무장에 나선 가운데, 나토 회원국 시장에서 한국은 미국 다음 공급국으로 부상했다. 유럽 안보 환경 변화가 한국 방산의 입지를 넓히는 방향으로 작용하고 있는 것으로 풀이된다.

권윤희 기자



<신문 기사 3>

※ 출처: 동아일보 2025년 10월 27일 1면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

"美군함 첫 공동제작"... 영역 넓히는 마스가

HD현대가 미국 최대 방산 조조사 헌팅턴 잉글스와 손잡고 미 해군 차세대 군수지원함 공동 건조에 나선다. 한국

조선업체가 미국 군함을 공동 건조하는 것은 이번이 처음이다. 그동안 유지·보수·정비(MRO) 중심이었던 한미 조선

협력이 함정 건조 단계로 확장되면서 양국의 마스가(MASGA·미국 조선업을 더 위대하게) 프로젝트가 더 속도를 낼

것으로 전망된다.

<후략>

김재형 기자



<신문 기사 4>

※ 출처: 중앙일보 2025년 1월 22일 인터넷기사 인포그래픽 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

K9은 동남아, KF-21은 중동... '1호 영업사원' 빠진 K방산의 약진



한국항공우주산업
KF-21전투기
●최대속도 마하 1.82
●부분 스텔스 기능(4.5세대)

수출대상국 UAE, 필리핀, 사우디(전망)

수출액 1조원 이상(전망)



한화에어로스페이스
K9자주포
●최대속도 시속 67km
●최대사거리 40km
●발사속도 15초(급속 3발)

수출대상국 베트남

수출액 4300억원



한국항공우주산업
FA-50 경전투기
●최대속도 마하 1.5
●공대지공대공 유도탄 운영

수출대상국 필리핀

수출액 1조원



현대로템
K2전차
●최대속도 시속 70km,
●항속거리 450km
●잠수도하깊이 4.1m

수출대상국 폴란드

수출액 10조원

김효성 기자



11 "모바일앱 최고" 디지털 날개 단 K금융

우리나라의 스마트폰 뱅킹 서비스는 빠르고 편리한 시스템으로 세계적인 주목을 받고 있습니다. 이러한 기술은 이제 동남아시아와 중앙아시아로 확산되며, 현지 사람들의 경제생활까지 변화시키고 있는데요. '금융 영토'를 넓혀가는 K금융의 활약을 살펴봅시다.

〈신문 기사 1〉

※ 출처: 한국경제 2023년 10월 6일 14면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

“동남아 MZ 공략”... ‘K금융’ 모바일 승부수

글로벌 시장 뚫는 4대금융

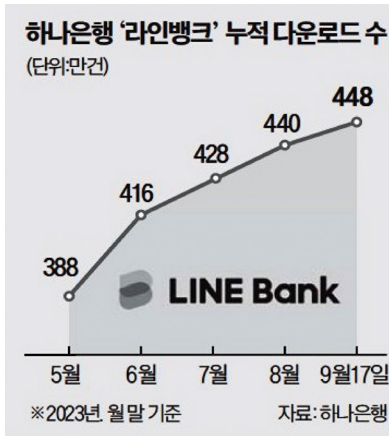
KB 신한 하나 우리 등 4대 금융그룹이 동남아시아 시장에서 빠르게 성장하고 있다. 모바일뱅킹 앱을 통해 현지 MZ세대(밀레니얼+Z세대) 고객을 끌어들이고 기업금융으로 사업 영역을 넓히고 있다. 4대 금융그룹이 지난해 해외에서 올린 순이익은 2조516억원으로 전년(1조4669억원)보다 46.7% 증가했다. 고령화·저성장으로 국내 금융시장이 성숙기에 접어든 만큼 글로벌 시장 진출 속도가 한층 빨라질 것으로 전망된다.

“동남아 MZ 공략”

• 모바일로 MZ세대 공략

5일 금융권에 따르면 인도네시아 하나은행의 모바일뱅킹 앱 라인뱅크의 누적 다운로드수는 지난달 17일 기준 448만 건으로 집계됐다. 서비스 시작 2년 만인 올 6월 400만 건을 넘어선 데 이어 성장세가 가파르다는 게 현지 금융권의 평가다.

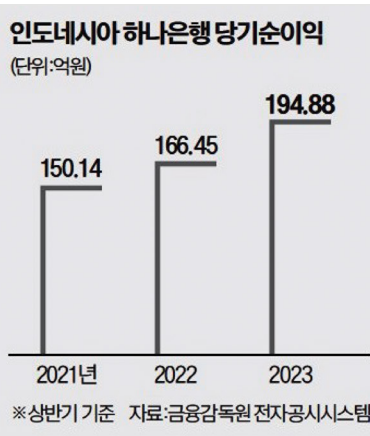
라인뱅크는 2021년 6월 인도네시아 하나은행이 국내 금융회사 중 처음으로 글로벌 메신저 플랫폼 기업인 라인과 합작해 만든 디지털뱅킹 서비스다. 간편송금과 비대면 계좌 개설을 비롯한 디지털뱅킹 기능을 강화해 MZ세대 등 청년층을 집중 공략했다. 라인뱅크는 이후 모바일



신용대출 상품을 출시해 여신 영업을 시작하고, 간편결제 도입하는 등 서비스 범위를 넓혔다. 그 덕분에 인도네시아 하나은행은 2021년 48곳이던 오프라인 영업점을 지난해 42곳으로 줄였는데도 올 6월 말 기준 신규 고객 67만 명을 유치했다.

라인뱅크가 자리를 잡으면서 현지 법인 실적도 개선되고 있다. 인도네시아 하나은행의 올 상반기 순이익은 194억 8800만원으로 전년(166억4500만원)보다 17%(28억4300만원) 늘었다. 연간 순이익도 2021년 175억2000만원에서 2022년 515억6300만원으로 세 배 가까이로 뛰었다.

하나금융은 2025년까지 그룹 총수의



의 40%를 인도네시아를 비롯한 해외에서 달성하겠다는 목표다. 하나금융 관계자는 “인도네시아는 디지털플랫폼 활용에 익숙한 젊은 인구 비중이 높고, 현지 정부도 금융업을 적극 육성하고 있어 성장 가능성이 높은 시장”이라고 했다.

간편결제부터 기업금융까지 확대

국민 신한 우리은행 등도 베트남 캄보디아 등 국가별 맞춤형 전략을 통해 사업을 확대하고 있다. 올 상반기 베트남에 진출한 46개 외국계 은행 중 자산(9조 원)·순이익(1260억원) 1위에 오른 신한 베트남은행은 현지 특화 모바일뱅킹 앱인 신한솔베트남을 통해 디지털 경쟁력 강화에 나섰다. 현지 금융사 최초로

100% 비대면 디지털컨슈머론 등을 선보이며 신규 고객을 끌어들이고 있다.

캄보디아우리은행은 올 2월 국내 금융사 처음으로 현지 간편결제 시스템을 뱅킹 앱에 적용한 우리페이로 내놨다. 캄보디아는 1인당 국내총생산(GDP)이 1600달러 수준에 불과하지만 QR 결제 서비스가 보편화된 점을 노렸다.

뱅킹 앱도 공모전을 통해 현지인이 선호하는 사용자환경(UI)을 적용했다. 인도네시아 우리소다라은행도 비대면 신용대출 기능 등을 추가한 신규 뱅킹 앱 출시를 준비 중이다.

국민은행은 캄보디아에서 몸집을 불리고 있다.

지난 7월 캄보디아 중앙은행으로부터 소액 대출 금융회사 KB프라삭마이크로파이낸스와 상업은행 KB캄보디아은행 합병을 통한 상업은행 출범 인허가를 취득한 데 이어 지난달엔 캄보디아 상무부로부터 통합 법인인 KB프라삭은행의 출범 최종 승인을 받았다. 소매 금융만 가능하던 KB프라삭마이크로파이낸스의 인프라를 기업금융 등 법인고객 대상으로 확대해 영업 범위를 넓힐 예정이다.



이소현 기자

〈신문 기사 2〉

※ 출처: 매일경제 2026년 3월 25일 12면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

코인지갑 넣고 실시간 번역도... 금융권 슈퍼앱 경쟁

은행부터 증권·카드·보험 등 모든 계열사 금융 서비스를 한자리에 모은 ‘슈퍼앱’ 왕좌 자리를 놓고 국내 금융지주들의 한판 승부가 시작됐다.

‘하나의 앱’내에서 은행 업무뿐 아니라 주식과 가상자산 시장 관련 업무까지 처리할 수 있도록 서비스를 연결해 고객들을 금융지주 앱 안에 묶어두겠다는 전략이다.

24일 금융권에 따르면 신한금융그룹은 기존 ‘신한 슈퍼SOL(솔)’ 앱을 대대적으로 개편해 오는 6월 은행과 증권, 카드, 라이프(보험) 등 주요 계열사 서비스를 모두 구현할 수 있는 그룹 통합 앱을 선보일 예정이다.

특히 스테이블코인 관련 법제화 이후에는 가상자산 거래를 위해 은행 계좌 연동도 가능한 ‘코인 지갑’ 서비스까지 탑재한다는 계획이다.

현재 신한 슈퍼솔은 1차적인 유니버설 앱 전략을 구사하고 있다. 신한금융 각 계열사의 서비스를 모아놓긴 했지만 은

행 계좌의 자금을 이체하거나, 증권 계좌로 주식을 매매하는 등 주요 업무만 처리가 가능하다. 추가적인 서비스를 이용하려면 기존 은행·카드·증권·보험 앱으로 이동해서 처리해야 하는 구조다.

예를 들어 기존 슈퍼솔 앱에선 증권사가 제공하는 연금저축 계좌에 가입할 수 없어 신한투자증권 앱을 별도로 깔아야 했다. 하지만 새롭게 개편되는 슈퍼솔에서는 관련된 모든 서비스를 바로 이용할 수 있게 된다. 스테이블코인 지갑 기능이 향후 추가되면 은행에서 돈을 인출해 바로 스테이블코인을 구입하는 프로세스도 가능해진다. 인공지능(AI) 에이전트 기능도 강화해 나만의 금융 비서를 갖도록 설계할 예정이다. 또 비금융 서비스인 배달앱 ‘뽕겨요’나 공식 스폰서로 활동하는 KBO와의 연계 서비스도 제공한다.

현재 금융권 슈퍼앱 최강자는 KB금융의 ‘KB스타뱅킹’이다. 가입자 수만 2400만명이 넘고, 핵심 지표인 월간활성이용

자수(MAU)도 1400만명(KB 자체 추산)으로 업계 선두 자리를 굳건히 지키고 있다. 금융권 관계자는 “KB는 견고한 계열사 포트폴리오를 구축하고 있는 만큼 이를 활용한 슈퍼앱 전략에도 가장 적극적인 모습을 보이고 있다”고 했다. KB금융은 KB스타뱅킹 고도화에 집중하는 전략을 쓸 예정이다.

올해 안으로 앱에 자연어 기반 각종 AI 서비스를 탑재해 고객들이 별도 검색 사이트 등을 방문하지 않아도 KB스타뱅킹 내에서 AI가 제공하는 답변을 받을 수 있는 시스템을 구축한다는 계획이다. 외국인 고객 등을 위한 실시간 번역 서비스도 제공한다. 고객 선택 언어로 화면을 자동 번역해 별도 다국어 페이지 구축 없이 자동으로 변경될 수 있게 하는 것이다.

하나금융과 우리금융은 상대적으로 은행 외 계열사가 약한 편이라 KB나 신한에 비해 슈퍼앱 전략을 펴기가 쉽지 않은 상황이다. 이에 하나은행은 ‘킬러

콘텐츠’로 꼽히는 하나카드의 트래블로그 카드를 적극 활용하고 있다. 슈퍼앱에서 바로 카드 신청이 가능하고, 해외 여행 시 여행자보험도 가입할 수 있다.

하나금융이 강한 시니어 관련 콘텐츠도 차별화 포인트로 내세우고 있다. 하나원큐 앱에서 AI 챗봇 상담 시 유언 대응실태를 문의하면 리빙트러스트 센터 화면을 띄워 비대면 상담이 가능한 식이다.

우리금융은 최근 인수한 동양·ABL생명, 새로 출범한 우리투자증권과의 연계성을 내세우고 있다.

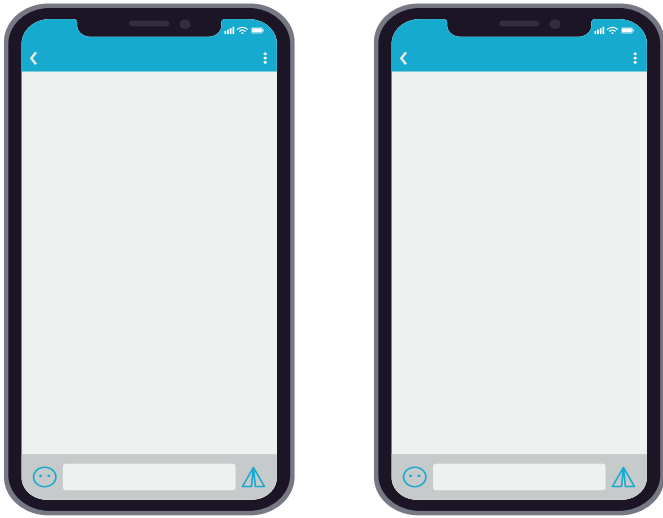
우리WON뱅킹 내에서 동양·ABL생명 보험 계약 실시간 조회와 보험금 청구 등이 가능하고, 우리투자증권의 모바일 트레이딩시스템과 연계된 ‘해외 주식 거래 서비스’를 별도 증권앱 설치 없이 할 수 있도록 하는 것이다.

〈후략〉



박민혜 기자·이희수 기자·연구욱 기자

1 부모님의 휴대전화에서 모바일뱅킹 앱의 구성을 살펴보고, 화면을 직접 그려보세요.



<새롭게 알게 된 내용>

3 <신문 기사1>을 참고해, 한국 금융 앱이 해외에서 환영받는 가장 큰 이유를 아래에서 선택하고 그 이유를 작성해 보세요.

[신속성 / 편의성 / AI 기술력]

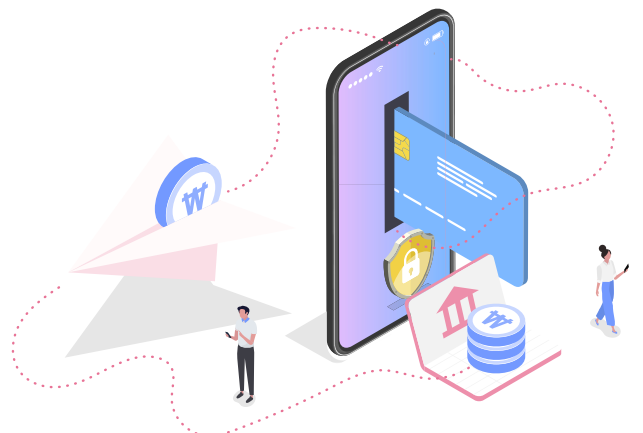
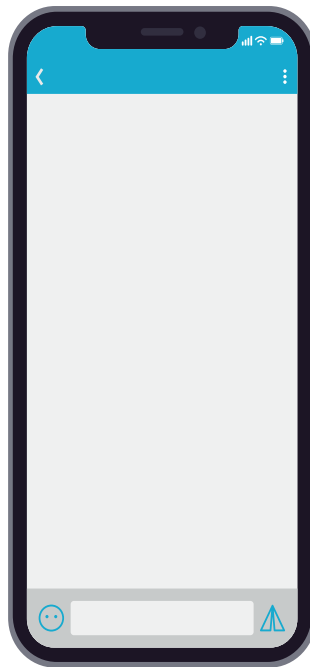
이유: _____

4 디지털 금융이 도입되기 전과 후, 인도네시아 현지인들의 삶은 어떻게 변화했는지 정리해 보세요.

5 외국인 사용자를 위한 모바일 금융 앱을 기획해 봅시다. 메인 화면 상단에 배치할 기능의 우선순위를 정하고, 화면을 구성한 뒤 각 기능에 대해 간단히 설명해 보세요.

[예시 기능: 실시간 송금, 24시간 AI 상담, 한국 문화 정보, QR 간편 결제]

구분	기능	기능 설명
1순위		
2순위		
3순위		



💡 활동자료 찾는 방법

- ① 국민, 신한, 하나, 우리 등 다양한 은행의 모바일뱅킹 앱을 실행한 뒤, 첫 화면이나 관심 있는 메뉴를 선택해 그려봅니다.
- ② 화면을 그대로 따라 그리기보다, 자신만의 방식으로 재구성해도 좋습니다.
- ③ 사용하면서 알게 된 기능이나 특징을 함께 적어보세요. (예-국민은행 앱에서는 기차표 예매가 가능하다.)
- * 어려운 낱말이나 이해하기 어려운 내용은 검색하거나 부모님과 상의해 보세요.

2 <신문기사2>를 참고해, 은행의 모바일 앱의 이름과 주요 기능을 정리해 보세요.

구분	국민은행	신한은행	하나은행	우리은행
모바일앱 명칭				
모바일뱅킹 공통 서비스	간편 송금, 즉시 이체, 상품 가입, 비대면 계좌개설, 간편인증 ()			
부가 서비스				

12 즐거운 한국 여행명소를 소개합니다

우리나라의 다양한 여행명소와 음식이 음악, 영화, 드라마 등을 통해 소개되면서, 이를 직접 체험하려는 외국인 관광객의 방문이 꾸준히 증가하고 있습니다. 실제로, 2025년 한국을 찾은 외국인 관광객 수가 1,894만 명에 달했다는 사실이 놀랍기만 합니다. 이제 내가 살고 있는 지역을 중심으로 외국인 관광객에게 소개할 만한 명소를 홍보해 봅시다.

〈신문 기사 1〉

※ 출처: 조선일보 2026년 2월 26일 12면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

中·동남아 비자 문턱 낮추고, '제2 황리단길' 30개 만들고

정부가 중국과 동남아 11국 비자 요건을 완화하고, 지방 공항 국제 노선을 확대하는 등의 내용이 담긴 '방한관광 대 전환 및 지역관광 대도약' 전략을 발표했다.

우선, 중국과 동남아 국가에 대한 비자 요건을 완화해 방한 문턱을 낮춘다. 인도네시아의 경우, 3인 이상 단체 관광객을 대상으로 무비자 입국을 시범 추진한다.

인구 규모에 비해 방한 관광객 비율이 낮지만, 증가세가 가파른 점을 고려했

다. 또 한국 방문 경험이 있는 중국과 동남아 11국 관광객에게는 5년 복수 사증 발급을 추진한다. 여기에 더해 중국 베이징과 상하이 등 14개 도시와 베트남 하노이 등 3개 도시 거주자에게 현행 5년인 복수 비자 유효 기간을 10년까지 늘려줄 수 있게 했다.

방한객 81.7%가 수도권에만 머물다 돌아가는 불균형을 해소하기 위해, 지역 관광 활성화 방안도 제시했다.

지방 공항으로 직항하는 국제선을 대폭 확대하고, 인천공항으로 입국한 관광

객도 지방 공항으로 쉽게 이동할 수 있도록 국내선 항공편을 신설·증편한다. 지역 콘텐츠 확충을 위한 '대한민국 명소 재생 30 프로젝트'도 추진한다. 일명 '황리단길 30개 만들기'로, 관광적 가치가 높지만 주변 환경이 낙후된 명소의 경관을 개선하고 특화 콘텐츠를 개발하는 사업이다.

전국 외곽을 잇는 광역 철도망을 활용해 '코리아 기차둘레길'을 조성해 기차역과 인근 관광지를 잇는 관광 루트도 구축한다. 관광을 '지방소멸'을 막기 위

한 희망 산업으로 제안한 것이다.

숙박업 진흥 업무를 문체부로 일원화하고, 일정 수준 이상의 숙박 시설에 인증서를 부여하는 '숙박업 품질 인증제'를 도입한다.

또한, 고택·민속마을·사찰 등을 활용한 한국형 '파라도르'(전통 건물을 리모델링한 스페인의 고급 호텔)를 육성하고, 한옥 체험업의 고급 브랜드화를 추진한다.



백수진 기자

〈신문 기사 2〉

※ 출처: 이데일리 2025년 12월 17일 24면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

한식, 여행의 주인공이 되다

바이흐로 전 세계인이 한식을 '찾아 먹는 시대'다. 해외에서 솔뚜껍 불판에 삼겹살을 굽고, K-치킨 집을 찾고, 한식 파인 다이닝 레스토랑을 수개월 전부터 예약하는 풍경은 '글로벌 미식의 주류'가 된 한식의 위상을 보여주는 단적인 예다. 한국 여행의 무게추도 '음식'으로 옮겨가고 있다.

문화체육관광부 '2024년 외래관광객 조사 보고서'에 따르면 방한 외래 관광객의 약 63%가 한국 방문 시 고려한 주요 활동으로 '식도락 관광'을 꼽았다.

'K-미식벨트' 사업은 이러한 한식 열풍을 관광으로 확장하기 위한 프로젝트다. 지역의 음식 자원과 문화를 결합해 '맛으로 여행하는 대한민국'을 구현

한다는 목표를 갖고 농림축산식품부, 한식진흥원 주도로 추진 중이다.

지금까지 '장(醬)', '전통주', '인삼', '김치' 등 한국 고유의 식(食)문화를 기반으로 한 관광 상품도 선보였다.

K-미식벨트 사업의 핵심은 한식의 원류가 살아 있는 식재료의 산지, 식품명인, 향토음식, 전통 식문화를 하나의 스

토리형 관광 코스로 엮는 것에 있다.

한국 방문의 핵심 질문이 '무엇을 먹으러 갈 것인가'로 바뀐 지금, K-미식벨트를 통해 맛과 이야기가 살아 있는 여행으로 세계인을 초대하겠다는 계획이다.



김명상 기자

1) 〈신문 기사 1〉과 〈신문 기사 2〉를 읽고, 외국인 관광객을 유치하기 위해 어떤 노력이 이뤄지고 있는지 정리해 보세요.

구분	내용
신문 기사 1	
신문 기사 2	

2) 우리나라에는 보물 같은 여행지가 많이 있습니다. 내가 사는 지역에서 외국인에게 추천하고 싶은 명소를 한 곳 이상 적어 봅시다.

구분	내가 사는 지역 ()의 추천 장소
고궁·유적지·자연경관	
향토 음식 거리(맛집 거리)	
전통시장·쇼핑 장소	

3) 여러분이 '외국인 관광객 유치 담당자'라고 가정하고, 우리 지역의 여행명소를 소개하는 초대장을 작성해 봅시다.

우리 지역 추천 여행명소

○이름 :

○지도

참고 자료 찾는 방법

1) '한국관광 100선' 지도 찾기

① 휴대폰: 오른쪽에 제시된 QR코드를 통해 접속합니다.

② 컴퓨터: '한국관광 100선 메인' 검색 → 상단 메뉴 '테마' → '한국관광 100선' 선택 → 사진 안에서 왼쪽 메뉴 '테마란 바로가기' → 화면 오른쪽 아래 메뉴 '2025~2026 한국관광 100선 지도' 다운로드

*추가 : '2023~2024', '2024~2025' 지도도 활용 가능

2) 한국관광 100선 '상세 정보' 찾기

'2025~2026 한국관광 100선 지도' 메뉴가 나오는 화면 왼쪽에서 지역별 여행지와 상세 정보 참고



활동 방법

1) '장소'의 범위는 내가 거주하는 광역시·도 또는 권역 단위로 설정합니다.(예: 서울특별시, 대구광역시, 광주광역시, 수도권, 충청권 등)

2) '장소'를 작성한 뒤, 해당 지역의 지도를 붙이거나 간단한 약도를 그려 여행명소의 위치를 표시합니다.

3) '초대장'에는 추천한 여행명소의 특징과 매력을 담아 외국인을 초대하는 글을 작성합니다.



VISA

축하합니다

_____ 학교 _____ 학년 _____ 반 이름 _____

위 학생은 2026 '신문으로 만나는 K컬처' NIE 패스포트 활동 주제를 수행했습니다.

담당교사(또는 부모님) 서명 _____

증명

한국신문협회는 2026 '신문으로 만나는 K컬처' NIE 패스포트의 과제를 성공적으로 완수했음을 증명합니다.

한국신문협회 사무총장

정우현

일러두기

'신문으로 만나는 K컬처' NIE 패스포트 사용법

- ✓ 2026 '신문으로 만나는 K컬처' NIE 패스포트는 어린이와 청소년 스스로 신문 읽기 활동을 통해 자존감을 높이고 소통능력을 자연스럽게 키울 수 있도록 마련된 워크북입니다. 이 패스포트는 주어진 물음에 따라 자신의 생각을 창의적으로 펼칠 수 있는 12개의 다양한 주제로 정리해 묶었습니다.
- ✓ 활동 주제는 자신의 관심이나 흥미에 따라 자유롭게 선택할 수 있습니다. 패스포트에 나온 주제를 차례로 수행할 필요는 없습니다.
- ✓ 활동은 관심 있는 주제부터 하면 효과적입니다. 패스포트에 실린 순서와 상관없이 자유롭게 활동 주제를 선택해서 활동해도 됩니다.
- ✓ 사용할 수 있는 신문은 2021~2026년 발행된 신문입니다.
- ✓ 보조자료로 어린이신문이나 인터넷 뉴스, 서적 등을 일부 활용할 수 있습니다.
- ✓ 주제 관련 활동을 할 때는 개별 또는 모둠 모두 가능하지만 개별 활동을 권합니다.
- ✓ 활동 내용을 정리할 때 볼펜을 사용하시는 게 좋습니다. 만일 연필로 적을 경우라면 뚜렷이 드러나게 필기해야 합니다.
- ✓ 스크랩한 신문 자료가 클 경우, 자료를 접어 패스포트에 붙여도 됩니다.
- ✓ 활동 날짜, 참고한 신문과 인터넷 사이트 주소를 반드시 기록합니다.
- ✓ 과제를 모두 마치면 위에 있는 '비자(visa)' 페이지에 선생님이나 부모님의 '확인'을 받습니다.

발행일 | 2026년 6월 1일

지은이 | 최상희 경향신문 편집국 부장
이유진 목운초등학교 교사
강병길 경기초등학교 교사

발행인 | 박장희

편집인 | 정우현

주소 | 서울시 중구 세종대로 124 한국프레스센터 13층
한국신문협회

전화 | 02-733-2251~2

팩스 | 02-720-3291

홈페이지 | www.presskorea.or.kr

주최 | 한국신문협회

후원 | 한국언론진흥재단
Korea Press Foundation

NIE(신문활용교육) 패스포트(워크북)는 한국언론진흥재단의 정부광고 수수료를 지원받아 발간되었습니다. 자세한 내용은 QR코드를 통해 확인해 주세요.



한국신문협회 회원 신문사

 <p>경향신문 https://www.khan.co.kr</p>	 <p>국민일보 https://www.kmib.co.kr</p>	 <p>내일신문 https://www.naeil.com/</p>	 <p>news 1 KOREA https://www.news1.kr</p>	 <p>대한경제 https://www.dnews.co.kr</p>
 <p>동아일보 https://www.donga.com</p>	 <p>매일경제 https://www.mk.co.kr</p>	 <p>MT 머니투데이 https://www.mt.co.kr</p>	 <p>문화일보 https://www.munhwa.com</p>	 <p>브릿지경제 https://www.viva100.com</p>
 <p>서울경제 https://www.sedaily.com</p>	 <p>서울신문 https://www.seoul.co.kr</p>	 <p>세계일보 https://www.segye.com</p>	 <p>스포츠서울 https://www.sportsseoul.com</p>	 <p>스포츠조선 https://www.sportschosun.com</p>
 <p>아시아경제 https://www.asiae.co.kr</p>	 <p>아주경제 https://www.ajunews.com</p>	 <p>연합뉴스 https://www.yna.co.kr</p>	 <p>이데일리 https://www.edaily.co.kr</p>	 <p>전자신문 https://www.etnews.com</p>
 <p>ChosunMedia 조선일보 https://www.chosun.com</p>	 <p>The JoongAng https://www.joongang.co.kr</p>	 <p>The Korea Times https://www.koreatimes.co.kr</p>	 <p>한겨레 https://www.hani.co.kr</p>	 <p>한국경제 https://www.hankyung.com</p>
 <p>한국일보 https://www.hankookilbo.com</p>	 <p>헤럴드경제 http://biz.heraldcorp.com</p>	 <p>강원도민일보 http://www.kado.net/</p>	 <p>江原日報 http://www.kwnews.co.kr</p>	 <p>경기일보 http://www.kyeonggi.com</p>
 <p>경남신문 http://www.knnews.co.kr</p>	 <p>경남일보 http://www.gnnews.co.kr</p>	 <p>경북도민일보 http://www.hidomin.com</p>	 <p>kbmaeil 경북매일 http://www.kbmaeil.com</p>	 <p>경북일보 http://www.kyongbuk.co.kr</p>
 <p>경상일보 https://www.ksilbo.co.kr</p>	 <p>경인일보 http://www.kyeongin.com</p>	 <p>광주일보 http://www.kwangju.co.kr</p>	 <p>국제신문 http://www.kookje.co.kr</p>	 <p>대구일보 http://www.idaegu.com</p>
 <p>대전일보 http://www.daejonilbo.com</p>	 <p>每日新聞 https://news.imaeil.com</p>	 <p>부산일보 https://www.busan.com</p>	 <p>영남일보 https://www.yeongnam.com</p>	 <p>울산매일 https://www.iusm.co.kr</p>
 <p>인천일보 https://www.incheonilbo.com</p>	 <p>全羅日報 http://www.jeollailbo.com</p>	 <p>전남도민일보 http://www.domin.co.kr</p>	 <p>전북日報 http://www.jjan.kr</p>	 <p>제주일보 http://www.jejunews.com</p>
 <p>중도일보 http://www.joongdo.co.kr</p>	 <p>중부매일 http://www.jbnews.com</p>	 <p>중부일보 http://www.joongboo.com</p>	 <p>충청투데이 https://www.cctoday.co.kr</p>	



오늘 뉴스 읽기 완료!

#오뉴완 챌린지

뉴스 읽는 습관이
나를 바꾸고, 세상을 바꿉니다




#오뉴완 챌린지 참여 방법

참여 기간: 6/15(월) ~ 7/16(목)

- 1 신문(뉴스)를 읽고 인증샷 찍기
- 2 아래 항목 중 1개 이상 자유롭게 작성하기
 - 기사 핵심 한 줄 요약
 - 가장 인상 깊었던 내용
 - 기사에 대한 생각 또는 느낌
 - 친구에게 공유하고 싶은 내용 등
- 3 게시물 내 바닥글 또는 댓글에 #오뉴완, #뉴스오뉴완 달고 신문협회 계정 태그 하면 참여 완료!

우수 참여자 경품 증정



참여 경품 (총 40명) : 참가자 중 추첨을 통해 편의점·커피 쿠폰 등 모바일 기프트콘 지급
 우수 참가자 시상 (총 10명) : 뉴스 내용을 쉽고 창의적으로 전달한 참가자를 선정해 상품 지급
 친구 공유 이벤트 (총 20명) : 인스타그램 등 SNS를 통해 이벤트를 공유한 참여자에게 편의점 모바일 상품권 지급

많은 관심과 참여 부탁드립니다 😊