



최근 한국 문화는 K팝과 드라마를 넘어 한식, 전통문화, 한국어, 관광 등 다양한 분야로 확산되며 세계적인 영향력을 발휘하고 있습니다. 이에 한국신문협회는 우리 문화의 현재와 미래를 종합적으로 살펴볼 수 있는 『2026 신문으로 만나는 K컬처』 NIE 패스포트를 마련했습니다.

이번 워크북은 한류의 시작과 K엔터테인먼트의 성공 요인, 문화산업의 성장 과정, K푸드와 문화외교, 전통문화와 세계유산의 가치 등 K컬처를 12개 주제로 나누어 쉽고 흥미롭게 탐구할 수 있도록 구성했습니다. 또한 K컬처의 지속 가능한 발전을


위한 과제도 함께 살펴보며, 학생들이 우리 문화를 비판적으로 이해하고 주체적으로 바라보는 힘을 기를 수 있도록 돕고자 합니다.

신문은 세상의 변화를 담아내는 창입니다. 이 워크북을 통해 학생들이 K컬처를 단순히 소비하는 데 그치지 않고, 신문 기사를 읽으며 생각하고 분석하는 능력을 키우는 뜻깊은 시간을 갖기를 바랍니다.

자, 이제 NIE 패스포트와 함께 더 넓은 세상으로 흥미진진한 K컬처 여행을 떠나볼까요?

CONTENTS

| | |
|------------------------|----|
| 01. K컬처의 탄생, 그 이름 ‘한류’ | 02 |
| 02. 세계를 사로잡은 K엔터의 비결은? | 03 |
| 03. 문화를 넘어 경제가 된 K엔터 | 04 |
| 04. K엔터가 함께 풀어야 할 과제는? | 06 |
| 05. ‘트렌드’가 된 한국 음식 | 08 |
| 06. OTT가 연결한 K미식 | 10 |
| 07. 한국의 맛 콘텐츠 | 12 |
| 08. K푸드, 외교 무대의 새 주인공 | 13 |
| 09. 해외에서 사랑받는 ‘조선의 힘’ | 14 |
| 10. 우리나라 세계유산 | 15 |
| 11. 전통을 넘어 K헤리티지로 | 16 |
| 12. 지속 가능한 K컬처를 위해 | 17 |

 일러두기(활용방법)는 19쪽에 있습니다.

자기소개

 이름

 학교

 학년/반

 학교주소

 연락처

 발급일

 활동기간

 서명

자신의 사진을 직접 붙이거나 직접 캐릭터로 그려 붙이기

01 K컬처의 탄생, 그 이름 '한류'

드라마, 영화, 음악, 웹툰, 음식 등 한국의 문화가 전 세계적으로 확산되는 현상을 'K컬처'라고 합니다. 이는 1990년대 말 시작된 '한류(韓流)'를 바탕으로 오늘날까지 이어져 오고 있습니다. 한류라는 이름으로 뜻을 올렸던 K컬처의 탄생 배경과 주요 흐름을 살펴봅시다.

아래는 K컬처 현상의 출발점인 한류와 그 전개 과정을 소개하는 칼럼입니다. 내용을 잘 읽고 과제를 수행해 봅시다.

※ 출처: 중도일보 2022년 1월 13일 19면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

한류 바람 타고 한국어 인기 상승

한류(韓流, The Korean Wave)는 2000년대 초반 한국 드라마가 해외로 수출되면서 시작되었다. 드라마 '겨울연가'는 주연을 맡은 배우 배용준이 '윤사마'로 불리며 일본에서 선풍적인 인기를 끌었다. 이후 '천국의 계단', '대장금' 등 한류 드라마가 속속 제작되었다.

특히, 2013년 방영된 '별에서 온 그대'는 중국에서 돌풍을 일으키며 한국의 '치맥' 문화를 전파하기도 했다. 2016년

방송된 '태양의 후예'와 '도깨비'도 대표적인 한류 드라마였다.

2000년대 후반에 들어서면 본격적으로 K-POPI 한류를 주도한다. 댄스그룹 동방신기, 소녀시대, 박빙, 카라 등은 일본 전역에서 인기를 끌면서 K-POP이 한류를 이끌었다. 2012년 가수 싸이

의 '강남스타일'과 2019년 영화 '기생충'과 함께 젊은 그룹 방탄소년단의 치솟는 인기는 한국의 위상과 한국어 열풍의 기폭제가 되고 있다.

최근에는 게임, 한식, 한복, 화장품 등 각 분야에서 한류 바람이 거세게 불고 있다. 한식 산업은 가파른 상승세를

타며 전 세계에서 운영 중인 한식당이 2009년 9,253개소에서 2017년 3만 3,499개소로 262% 급증했다.

21세기 세계 공용어로 한국어가 자리매김되며 지구촌 각 나라 언어학계 상승가로 치솟고 있다. 앞으로 필자를 비롯한 한국어 교원들의 발걸음이 바빠지게 되었다.

김우영 작가, 대전중구문인협회 회장



한류'의 뜻을 써보세요.

- 한류란? _____

여러분이 편집자가 되었다고 생각하고, 빈칸에 들어갈 소재목을 만들어 봅시다. 15자 이내로 간결하게 핵심 메시지를 담되, 적절한 수준에서 독자의 호기심을 끌 수 있는 제목을 고민해 보세요.

제목 ①: _____

제목 ②: _____

칼럼에서 다루지 않은 2022년 중반기부터 현재까지의 K컬처 현상을 다룬 기사를 찾아 스크랩한 뒤 아래 활동을 해 봅시다.

(참고 핵심어: '블랙핑크', '케이팝 데몬 헌터스' 등)

칼럼 및 여러분이 스크랩한 기사를 참고해 '한류 엔터 타임라인'을 만들어 보세요.

| 시기 | 열쇳말 해시태그 | 현상 | 특징 |
|-------------|---------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------|
| 예) 2000년대 초 | 예) #겨울연가 #윤사마 #지우히메 | 예) '겨울연가'가 일본에 방송되면서 한류 붐이 본격적으로 태동하였다. | 예) 일본의 40~60대 여성층을 팬덤으로 끌어들였다. |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

신문 기사 붙이는 곳

출처 종이신문일 경우 : ()일보(신문) ()년 ()월 ()일 ()면
 인터넷 뉴스일 경우 : ()일보(신문) ()년 ()월 ()일 ()시 ()분

02 세계를 사로잡은 K엔터의 비결은?

드라마, 영화, 음악(K-pop) 등 엔터테인먼트를 중심으로 성과를 거둔 K컬처는 여행, 뷰티 등 다양한 분야로 확산되며 긍정적인 영향을 미치고 있습니다. 그렇다면 K-엔터가 지닌 힘은 무엇일까요? K엔터의 성공 비결을 알아보시다.

 K엔터 및 K콘텐츠의 '성공 비결'에 관한 기사를 꼼꼼히 읽어 보고, 과제를 수행해 봅시다.

〈신문 기사 1〉

※ 출처: 이데일리 2024년 7월 17일 인터넷 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

김은희 작가 “K엔터 성공 = 치열한 경쟁 덕...보편성·감성 이해 높아”

〈전략〉

김은희 작가는 17일 서울 용산구 서울드래곤시티에서 열린 '2024 K포럼'의 패널로 나서 “텔레비전에 지상파만 있던 시절부터 우리나라의 드라마 작가들은 시청률 싸움이 치열했다”며 “나만의

색을 지닌 작품들을 선보여야 하며, 내 작품이 어느 정도의 시청률을 받지 못하면 생존할 수 없는 환경을 일찍부터 우리 창작자들이 거쳐왔기에 일종의 내성이 생겨 성공까지 이어질 수 있었다고 생각한다”고 생각을 밝혔다.

〈중략〉

최근 K콘텐츠를 주축으로 K엔터가 글로벌 무대에서 성공을 거둘 수 있던 비결에 대해서 “창작자들이 국내 시장에서 이미 치열한 생존싸움을 거쳐 내성이 생기는 과정에 보편성이나 감성에 대한

이해도가 높아진 게 한몫한 것 같다”고 생각을 전했다.

〈후략〉

김보영 기자



〈신문 기사 2〉

※ 출처: 이데일리 2024년 7월 17일 인터넷 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

이준 “K엔터 원동력은 신도불이...우리만 잘하는 걸 지속한 덕”

〈전략〉

이준은 17일 서울 용산구 서울드래곤시티에서 열린 '2024 K포럼'의 패널로 나서 “우리가 가장 잘할 수 있는 것들을 예전부터 꾸준히 해왔던 게 큰 성공으로 이어졌다고 생각한다”며 “우리만 할 수 있는 일들을 실천한 게 K엔터의 비결”이라고 생각을 밝혔다.

〈중략〉

K엔터가 빠른 시간 안에 급격한 발전을 이뤄 경쟁력을 갖추 수 있던 원동력도 언급했다. 이준은 “한마디로 요약하면 '신도불'이다. 우리가 잘 할 수 있는 것을 해야 좋은 결과가 나온다고 생각한다”며 “예컨대 태권도란 스포츠가 우리나라 것이라 우리나라 사람들이 제일 잘

하는 것처럼 말이다. 아이돌 그룹을 생각해봐도 저희 때만 해도 많은 연습생들이 이르면 초등학교 때부터 고도의 훈련을 받아 아이돌로 데뷔했다. 그보다 더 앞선 HOT 선배님들, 서태지와 아이들 선배님들도 계신다”고 설명했다. 이어 “어린 시절만 해도 HOT 선배님, 서태지와 아이들 선배님을 보며 '멋지다' 생각

하면서도 다른 나라에도 이런 경우가 똑같이 많을 것이라 생각했는데 그렇지 않았다”며 “우리가 가진 독보적인 강점이 있었던 것이다. 그걸 예전부터 꾸준히 해왔기에 지금의 큰 성공을 만난 게 아닐까 생각한다”고도 부연했다.

〈후략〉

김보영 기자



〈신문 기사 3〉

※ 출처: 한국경제 <생글생글 868호> 2024년 10월 21일 4면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

노벨문학상도 품었다...K콘텐츠 힘 어디서 오나

〈전략〉

K-콘텐츠 인기의 원동력이 무엇인지 살펴볼까요? 국내외 전문가들은 아주 상세한 분석을 내놓고 있습니다. 다짜나 주르 미국 스탠퍼드대 교수는 높은 작품 완성도, 공감할 수 있는 콘텐츠, 호감이 가는 캐릭터, 가족이 함께 시청할 수 있는 건전함 등을 꼽습니다. 이탈리아 한류 연구가인 피에르 루이지 사코 밀라노

언어 및 커뮤니케이션대 교수는 로컬 스토리를 글로벌 관객이 재미있어 할 보편적 콘텐츠로 만드는 능력을 높게 평가합니다. 특히 미국과 서구의 모델을 모방하지 않고도 성공했다는 점을 강조합니다.

이런 분석을 두 갈래로 정리할 수 있습니다. 먼저, 스토리의 힘입니다. 한국인 예전 세계와 공유할 흥미로운 애깃거리가 많다고 하는데, 한국의 역사와 한

국민의 삶에서 만들어진 가장 한국적인 이야기를 글로벌 방식으로 전달하는 데 성공한 겁니다.

〈중략〉

다음으로 뛰어난 제작 기술·노하우와 홍보·커뮤니케이션의 경쟁력입니다. K-드라마와 영화 등에서 수준 높은 컴퓨터 그래픽 등 제작 기술이 동원됩니다. K-팝에선 세련된 사운드, 댄스에 최적화된

비트 등이 귀를 사로잡습니다. 멤버들의 집단 창작(작곡), 국내외 프로듀서와 아티스트의 지속적 작업 등도 강점이죠. 이렇게 만들어진 콘텐츠가 OTT, SNS 등 플랫폼과 만나면서 인기와 팬덤을 더해 가는 겁니다.

〈후략〉

장규호 기자



◆ 각 기사에 등장하는 창작자, 아티스트, 전문가는 K엔터 및 K콘텐츠의 성공 비결로 무엇을 꼽았나요? 기사 내용을 바탕으로 핵심 성공 요인을 간략히 정리해 보세요.


◆ 여러분이 좋아하는 K엔터 콘텐츠(인물 포함)를 하나 선정해, 그 매력을 심층적으로 분석해 보세요.

| 구분(취재원) | K엔터 또는 K콘텐츠의 성공 비결 |
|----------------|--------------------|
| 기사 1 (창작자) | |
| 기사 2 (아티스트) | |
| 기사 3 (전문가들) | |

| | |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 내가 주목한 K엔터 콘텐츠 선정 | 예) 로제, 브루노 마스 'APT.' |
| 소개 및 특징 | 예) 블랙핑크 메인 보컬 로제와 세계적인 팝스타 브루노 마스의 협업곡으로 한국의 솔자리 게임인 '아파트 게임'을 소재로 한 중독성 있는 후렴구가 특징. |
| 글로벌 시장에서의 성과 및 영향력 | 예) 공개 직후 스포티파이 글로벌 차트 1위, 빌보드 '핫 100' 8위(K팝 여성 솔로 최고 기록) 달성. |
| 세계인을 사로잡은 '성공 비결' 분석 | 예) 한국의 놀이 문화를 '아파트'라는 보편적인 단어와 결합해 외국인들에게 익숙하면서도 신선한 재미를 선사함. |

03 문화를 넘어 경제가 된 K엔터

K팝, K드라마 등 K엔터가 우리나라 수출을 견인하고 있다는 소식을 아시나요? K엔터는 전 세계적인 사랑을 받으며 막대한 경제 효과를 창출하고 있습니다. K팝, 드라마, 영화 등이 문화적 신드롬을 넘어 어떤 경제적 가치를 만들어 내고 있는지 살펴봅시다.

 아래 기사는 K콘텐츠 수출액이 역대 최고치를 기록했다는 반가운 소식을 다루고 있습니다. 내용을 잘 읽어 보고, 과제를 수행해 봅시다.

※ 출처: 부산일보 2026년 3월 4일 17면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

K-콘텐츠 수출액 '역대 최고'...한류 이끈 K-팝과 영상 산업

〈전략〉

3일 문화체육관광부의 '2024년 기준 콘텐츠산업조사'에 따르면, 2024년 콘텐츠산업 수출액은 전년(133억 4530만 달러) 대비 5.5% 증가한 140억 7543만 달러(약 20조 1560억 원)를 기록해 역대 최고치를 1년 만에 경신했다.

같은 기간 수입액은 9억 1556만 달러로, 무역수지는 131억 5987만 달러의 흑자를 기록했다. 이 중 게임산업은 전체 수출의 60.4%에 달하는 85억 347만 달러를 수출했다. 뒤를 이어 음악 산업(18억 145만 달러), 방송 및 영상 산업(12억 5718만 달러) 등이 K-콘텐츠 영향력 강화에 이바지했다.

수출 증가는 물론 전체 매출에서도 K-콘텐츠는 뚜렷한 성과를 드러냈다.

2024년 콘텐츠 산업 매출액은 157조 4021억 원으로, 지난해(154조 1785억 원)



대비 2.1% 증가했다. 분야별 매출액 규모로는 방송 및 영상 산업이 24조 9943억 원(15.9%)으로 비중이 가장 높았고, 지식정보산업(24조 6991억 원, 15.7%), 출판 산업(24조 2238억 원, 15.4%), 게임 산업(23조 8515억 원, 15.2%) 등이 국내 콘텐츠 산업 성장을 이끌었다.

한류 영향력 강화는 OTT에서 특히 두드러진다. 배우 신혜선과 이준혁이 주연한 넷플릭스 시리즈 '레이디 듀아'는 최근 글로벌 1위, 화제성 1위를 동시에 달성했다.

짧은 시간 내에 시청 수 1000만을 기록하며 비영어 쇼 부문에서 압도적인 1위

를 차지하기도 했다.

'오징어게임' 시리즈를 비롯해 '폭삭 속았수다', '무방'에서 최신작까지 국내 영상 콘텐츠는 줄곧 글로벌 시장에서 호평을 얻고 있다. 이외 네이버웹툰과 카카오픽코마도 일본, 북미, 동남아 등에서 웹툰 플랫폼 1위를 기록하며 한국 웹툰의 글로벌 시장 규모가 2조 원을 넘어 서기도 했다.

한류 영향력 확산의 기반은 K팝에서 비롯된다. 세계적인 주목을 모았던 넷플릭스 애니메이션 영화 '케이팝 데몬 헌터스'의 경우, 제작 주체와 자본, 제작 시스템 모두 미국을 기반으로 하지만 소재는 'K팝'이다. 이는 세계적인 K팝의 인기를 방증한다.

〈후략〉



확진석 기사

 기사에 나오는 무역 관련 용어를 찾아 그 뜻을 정리해 보세요.

· 수출액: _____

· _____


· _____

· _____

· _____

· _____

· _____

 기사에 제시된 K콘텐츠 관련 통계 가운데 두 가지를 골라 그래프로 만들어 보세요. 그래프에 어울리는 제목도 함께 붙여보세요.



다음은 '케이팝 데몬 헌터스' 열풍이 K컬처 전반에 미친 영향을 짚어보는 기사입니다.

※ 출처: 이데일리 2025년 8월 14일 20면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

케데헌 효과... 'K' 들어가면 뿔다

넷플릭스 애니메이션 '케이팝 데몬 헌터스'(케데헌)가 돌풍을 일으키면서 증권가에서도 수혜주 찾기에 분주한 모습이다. K팝을 주제로 한 애니메이션이 전 세계적인 인기를 끌자 K팝은 물론 K엔터, K푸드 등 K컬처 전반에 낙수효과가 번질 것이라는 기대감에서다.

13일 앰피닥터에 따르면 케데헌이 공개된 지난 6월 20일 이후 이날까지 와이엔터테인먼트(122870) 주가는 6.5%, 에스엠(041510)은 3.8% 각각 상승했다. 케데헌의 인기에 K팝을 주도하는 국내 엔터주들에 대한 기대감도 덩달아 높아지고 있다는 분석이다.

실제 K팝 청취자 수는 증가세다. 음악 스트리밍 사이트인 스포티파이에 따르면 지난달 하이브(352820), JYPent, 와



이엔터테인먼트(122870), 에스엠(041510) 등 엔터 4사 합산 월 청취자 수는 2억 5500만명으로 역대 최대치를 기록했다.

국내 애니메이션 및 영상 콘텐츠 제작사 주가도 들쭉이고 있다. 케데헌의 오리지널사운드트랙(OST) '골든'이 미국 빌보드 '핫 100' 1위를 차지했다는 소식이 전해진 지난 12일 SAMG엔터(419530)는

전 거래일 대비 5.81% 오른 8만 2300원에 거래를 마쳤다. 스튜디오미르(408900)는 장중 9.7% 뚝 5540원에 거래되기도 했다.

〈중략〉
K푸드에 대한 주목도가 높아지는 것도 이런 맥락에서다.

케데헌에서 주인공들이 라면과 김밥

을 먹는 장면이 연출되자 소셜미디어(SNS)상에서는 이를 따라한 '김밥 통째로 먹기' 챌린지가 유행하는 등 K푸드에 대한 수요가 높아지고 있다.

〈중략〉
김유혁 IBK투자증권 연구원은 "케데헌은 단순히 애니메이션으로서 인기뿐 아니라 음식, 패션, 관광 등 문화 전반에 걸쳐 소비 확산을 촉진하고 있다"고 분석했다.

엔터주에 대해서는 "케데헌의 글로벌 흥행과 BTS, 트와이스, 블랙핑크의 활발한 활동으로 음원매출에 더해 MD(기획상품), 공연 매출 등 구조적 성장으로 이어질 것"이라고 내다봤다.



김경은 기자

◆ '낙수효과'의 뜻은 무엇인가요? 그리고 이 기사에서는 어떤 맥락에서 이 표현을 사용했을까요?

· 낙수효과란?

· 왜 '낙수효과'라는 표현을 썼을까요?

◆ 여러분이 한 기업에 근무하는 마케팅 담당자라고 가정하고 '케이팝 데몬 헌터스'와 관련된 K컬처 상품이나 이벤트를 기획해 본다고 생각하며 아래 내용을 채워보세요.

| | |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 회사명(분야) | 예) 케이팝코스메틱(화장품 분야) |
| 상품 또는 이벤트명 | 예) 케데헌 미드나잇 퇴마 앰플 |
| 타겟층 | 예) K팝에 관심 있는 해외 팬 |
| 상품 또는 이벤트 소개 | 예) 숙면한 듯한 광채를 선사하는 고농축 리페어 앰플로 '피부 악마를 쫓아낸다'는 콘셉트의 제품. 뚜껑을 미니 갓 모양으로 디자인해 소장 욕구 자극. SNS에서 '피부 악마 퇴치 중' 챌린지 유도 및 자발적 확산. |
| 경제적 기대 효과 | 예) 한국 콘텐츠를 스토리텔링하는 기업 이미지 구축. SNS 챌린지 등으로 '한국 가서 꼭 사야 할 아이템' 1위 등극 및 면세점 매출 급증 예상. |

04 K엔터가 함께 풀어야 할 과제는?

K엔터는 K컬처의 선두에서 전 세계적인 열풍을 이끌어 왔지만, 그 이면에는 여러 '그림자'도 존재합니다. K엔터가 앞으로 더 멀리 나아가기 위해 어떤 노력이 필요한지 살펴봅시다.

 K엔터의 문제점과 과제를 다룬 아래 기사들을 꼼꼼히 읽고, 과제를 수행해 봅시다.

〈신문 기사 1〉

※ 출처: 한겨레신문 2024년 12월 16일 24면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

예뻐야 뜬다... 아이돌을 돈벌이 상품 취급하는 '외화내빈 K팝'

〈전략〉 케이팝이 글로벌로 뻗어나간 지금 시대에도 아이돌의 인권이 위협받고 있다.

비취와 뉴진스 사례에서처럼 아이돌을 '사람'보다 '상품'으로 바라보는 시각이 여전하다는 얘기가 나온다.

아이돌 인권 문제는 이전부터 늘 지적

돼왔다. 지난 9월 국회에서 열린 '아이돌 분야 아동·청소년 인권 실태 조명 국회 토론회'에서 그룹 토탈의 전 멤버 방민수는 "데뷔를 한 시점부터 아이돌은 일, 연애, 외모, 에스엔에스(SNS) 게시물 등 그 어떠한 사소한 것까지 구설에 오르지 않도록 통제받고 억압받는다"고 말했다.

비취의 케이지도 에스엔에스를 통해 "강도 높은 업무와 사생활에 대한 극심한 제약에도 불구하고 급여는 거의 받지 못한 채 막대한 부채를 쌓아왔다"며 "이는 케이팝 산업에 깊이 자리 잡은 문제"라고 지적했다.

그는 "이런 환경에서는 음악 작업을 하

고 싶지 않다"며 "(나의) 탈퇴 결정으로 케이팝 시스템이 아이돌과 연습생을 보호할 수 있는 변화를 만들길 희망한다"고 강조했다.

〈후략〉

이정국 기자



〈신문 기사 2〉

※ 출처: 연합뉴스 2025년 6월 26일 인터넷 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

넷플릭스 10년, 한류 확장했지만 다양성 위기도

〈전략〉

넷플릭스는 기존 K팝 중심의 한류가 드라마·영화·예능까지 영향력이 확장하며 한류 팬들의 콘텐츠 소비 패턴이 다양화하는 데도 큰 역할을 했다. K-콘텐츠 전반의 세계적 인지도가 급상승하면서 한국 엔터테인먼트 산업의 시장 가치도 크게 높아졌다. 동시에 엔터테크(엔터테인먼트+테크놀로지)의 중요성이

부각해 콘텐츠와 기술의 융합이 팬 경험의 핵심 요소로 자리 잡았다. 그러나 한편에서는 오리지널 콘텐츠에 대한 저작권과 수익의 대부분을 갖는 넷플릭스 중심의 독점 구조가 한류 팬들이 콘텐츠를 소비할 선택권을 제약하는 그림자를 낳고 있다는 비판 역시 제기 된다. 국내에서도 넷플릭스의 시장 점유율이 30%를 넘어서면서 국내 온라인 동영상 서비스

(OTT) 플랫폼과 지상파들이 제작비 경쟁과 인재 확보에서 점점 불리한 위치에 놓이고 있는데, 결국 팬들이 선택할 수 있는 플랫폼의 다양성을 줄이는 결과로 이어진다는 지적이다. 넷플릭스는 글로벌 시장을 타깃으로 하는 만큼 특정 장르와 스타일에 편중된 투자 패턴을 보이기도 한다. 자극적이고 선정적인 콘텐츠가 우선돼 로맨스극, 일상극, 전통 사극

등에 대한 수요는 충족하기 어려운 편이라는 비판도 있다. 고유의 알고리즘과 추천 시스템에 맞춘 콘텐츠 제작이 우선시되면서 팬들의 세분된 취향과 니즈를 반영한 실험적이고 창의적인 작품들은 상대적으로 소외돼 왔다는 지적도 나온다.

〈후략〉

김보영 기자



〈신문 기사 3〉

※ 출처: 헤럴드경제 2021년 12월 8일 2면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

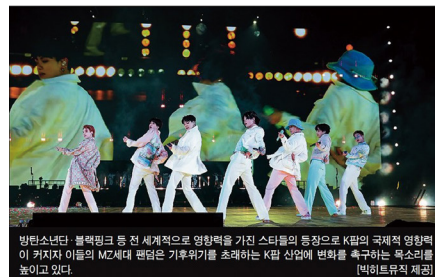
K팝 음반 수출 2억 달러의 '그들'... 기후위기 외치는 팬덤

〈전략〉

K팝 스타들의 '선언'이 무색하게도 K팝 산업은 '친환경'과는 거리가 멀다.

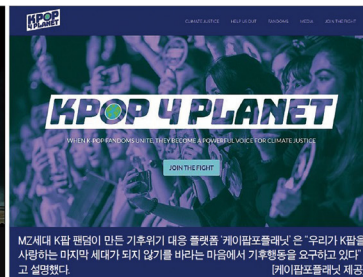
K팝 수출 2억 달러를 만든 주요 매출이 '지구의 위기'를 자초하는 주범이기 때문이다. 유례 없는 호황기를 맞은 K팝 전성시대의 그들이다. '환경 문제'는 팬덤의 '강력한 요구'와 맞물려 K팝 아티스트와 업계도 피할 수 없는 이슈로 떠올랐다.

'한류팬 1억명' 시대를 연 주역인 K팝



을 바라보는 팬덤의 시선이 환경 문제로 향하고 있다.

K팝 아티스트에게 '이슈 스피커'가 되기를 요구하며 영향을 주고 받은 Z세대



팬덤이 이제 다시 K팝 산업계에 강력한 목소리를 내고 있다. 책임감을 가지고 기후행동을 시작해야 한다는 요구다.

정민재 대중음악평론가는 "10~20대

초반의 Z세대가 주축이 된 K팝 팬덤은 정치, 사회는 물론 다양한 국제 이슈에 관심을 가지고 있다"며 "K팝이 전 세계로 확장해 해외 팬덤이 늘어나자 이들을 주축으로 국제적 영향력을 가지고 있는 스타에게 다양한 안전에 대해 이야기를 내달라는 목소리를 형성하고 있다"고 말했다.

〈후략〉

고승희 기자



세 기사가 각각 주장하는 바를 간략히 요약해 보세요.

| 구분 | 주장 내용 |
|------|-------|
| 기사 1 | |
| 기사 2 | |
| 기사 3 | |

세 기사에서 다룬 주제 외에도 'K엔터가 해결해야 할 과제'를 다룬 최신 기사를 하나 골라 스크랩해 보세요. 해당 기사가 지적하는 문제점은 무엇인지, 그리고 왜 이 과제를 반드시 해결해야 하는지에 대한 여러분의 생각을 정리해 보세요.



신문 기사 붙이는 곳

출처 종이신문일 경우 : ()일보(신문) ()년 ()월 ()일 ()면

인터넷 뉴스일 경우 : ()일보(신문) ()년 ()월 ()일 ()시 ()분

K엔터가
해결해야 할 과제

예) 아이돌 대상 과도한 사생활 통제와 상품화 문제

이 과제를 풀어야
하는 이유

예) 아티스트 역시 한 사람의 인간으로서 존중받아야 합니다. 몸과 마음이 건강해야 팬들에게도 진정성 있는 에너지를 전할 수 있고, K팝 산업 또한 지속적으로 성장할 수 있기 때문입니다.



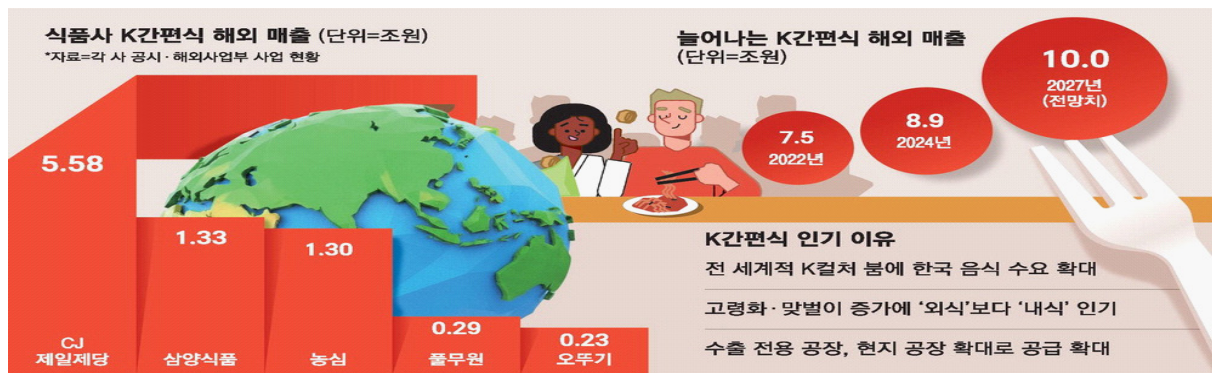
05 '트렌드'가 된 한국 음식

여러분, 요즘 외국 친구들이 우리 김밥과 떡볶이에 열광하고 있다는 소식을 들어보았나요? 우리가 늘 먹던 음식이 세계적인 트렌드가 되었다니 정말 놀랍지요. 어떤 매력 이 그들의 입맛을 사로잡았는지, 기사 속에서 보물을 찾듯 하나씩 발견해 봅시다.

다음은 '케이팝 데몬 헌터스' 열풍이 K컬처 전반에 미친 영향을 짚어보는 기사입니다.

※ 출처: 매일경제 2025년 10월 25일 4면 기사 일부 발췌 기사 원본은 QR코드 참고

K만두·치킨·김밥 美찍고 유럽 상륙... 한류 열풍 속 '홈밀' 통했다



이를 위해 지난 5월 부산 강서구 녹산 국가산업단지에 라면 수출 전용공장을 짓기 시작했다.

풀무원은 중국 등으로 K냉동김밥 수출에 힘을 쏟고 있다. 이 회사는 지난해 9월 '중국 코스트코'로 불리는 현지 창고형 대형마트 '쌈스클럽' 54개 전 점에 자사 냉동 참치김밥 1종을 입점시켜 중국 시장 공략에 한창이다. 풀무원에 따르면 연간 186만줄 판매 목표를 이미 이뤘고, 올 상반기 중국법인 매출도 전년보다 30% 늘어났다.

K간편식의 해외 매출 확대에는 K컬처 붐이 큰 역할을 했다. 이와 함께 고령화, 맛벌이 증가 등에 따라 글로벌 식품산업의 중심축이 '외식'에서 '내식'으로 옮겨간 이른바 '홈밀 이코노미'도 K간편식의 성장에 기여했다.

경제협력개발기구(OECD)에 따르면 주요 선진국의 간편식 소비는 2019년 이후 매년 평균 3~5% 정도 증가하고 있다. 주요 식품사들이 수출 전용 공장을 짓거나 현지 공장을 늘리며 해외 시장에서 활로를 찾은 것도 효과를 보고 있다. 식품업계 관계자는 "짧은 조리 시간, 높은 완성도, 포장 디자인의 세련미, 건강함을 강조한 제품 구조가 글로벌 수요와 맞아떨어졌다"고 분석했다.

김시균 기자



한매일경제가 국내 주요 식품사들의 공시 자료와 각 사 해외 사업부 사업 현황을 분석한 결과, 국내 식품사들의 K간편식 해외 매출은 지난해 기준 8조8000억~8조9000억원 정도로 추정된다. 2~3년 내에 10조원을 돌파할 전망이다. 2022년에 7조5000억원이었던 것을 감안하면 2년 새 19%가량 늘어났다.

간편식 해외 매출에서는 CJ제일제당이 5조5800억원으로 60% 이상의 비중을 차지하고 있다. 삼양식품 1조3359억원, 농심 1조3037억원, 풀무원 2900억원, 오뚜기 2350억원 등이 뒤를 이었다. 해외 매출은 국내 공장에서 생산해 수출하는 경우와, 해외 공장을 통해 현지 유통망에서 판매하는 경우를 포괄한다. 또 K간편식은 냉동 만두·치킨·김밥·라면·말키트 등이 주류를 이루고 있다.

K간편식 해외 공략을 견인해온 곳은 CJ제일제당이다. CJ제일제당 식품 해외

매출은 올해 5조8000억원으로 국내 매출을 1000억원가량 웃돌 것으로 예상된다. 이 회사의 식품 매출에서 해외가 국내를 앞지르는 것은 창업 72년 만에 처음이다. 내년 해외 식품 매출은 6조3000억원가량으로 늘어날 것으로 증권가는 전망한다.

손현정 유안타증권 애널리스트는 "CJ제일제당은 2026년 이후에도 식품에서 해외 매출이 국내보다 높은 흐름이 지속될 것"이라고 설명했다.

CJ제일제당은 비비고 브랜드를 앞세워 만두·치킨·가공밥·떡볶이·스프링롤 등 K간편식을 미국·유럽·일본·동남아 등 70여 개국에서 판매 중이다.

그중 비비고 만두가 50% 이상을 차지하고 있다.

현재 미국 20개, 일본 5개, 중국 4개, 베트남 3개, 독일·호주 각 1개 등 34개 해외 공장을 운영하고 있다.

지난 9월 일본 지바현 만두 공장이 가동을 시작했고, 미국 사우스다코다와 헝가리에서 신공장을 건설 중이다.

삼양식품은 불닭볶음면 시리즈로 글로벌 시장을 제패하고 있다. 이 회사는 작년 전체 매출의 77%가량을 해외부문에서 거뒀다.

이 회사의 해외 매출은 2016년 931억원에 불과했는데, 불닭볶음면의 인기를 타고 작년 1조3359억원으로 급성장했다. 2~3년 내에 무난히 '2조 클럽'에도 들어갈 것으로 업계는 보고 있다.

농심은 2030년까지 '매출 7조3000억원, 해외 비중 60% 이상'이라는 비전을 내세우며 글로벌 수출기업으로 체질을 바꿔나가고 있다.

작년 이 회사는 전체 매출의 37%인 1조3037억원을 해외에서 거뒀는데 5년 내에 이 수치를 3조원 이상 늘리겠다는 전략을 세웠다.

기사를 읽은 뒤, 빈칸에 알맞은 내용을 써보세요.

* TIP. 기사에서 찾은 식품 기업의 수만큼 행을 만들어 활동합니다.

| 기업명 | 주력 품목 | 특징 |
|-----|-------|----|
| | | |
| | | |

아래 <활동 방법>을 참고해 식품 기업들의 성장 전망치를 인포그래픽으로 표현해 보세요.

* TIP. 기사에서 찾은 식품 기업의 수만큼 행을 만들어 활동합니다.

활동 방법

1. 신문 기사를 읽고, 식품 회사에 O 표시를 합니다.
2. 기사에서 식품 회사의 현재 매출액과 전망치에 해당하는 정보를 찾아 밑줄로 표시합니다.
3. 아래 공간에 2번에서 찾은 데이터를 표로 정리합니다.
4. 아래 공간에 3번에서 정리한 정보를 차트, 지도, 일러스트레이션 등 인포그래픽으로 표현합니다.
5. 아래 공간에 인포그래픽에 나타난 정보를 분석하는 글을 작성합니다.

<활동 방법 3, 4 수행 공간>

<활동 방법 5 수행 공간>

다음 과제를 수행해 봅시다.

(내 생각 쓰기) 해외에서 K푸드가 인기 있는 이유를 써보세요.

Blank area for writing reasons for K-food popularity abroad.

K푸드의 인기 비결을 다룬 신문 기사를 찾아 스크랩해 보세요.

👉 신문 기사 붙이는 곳

출처 종이신문일 경우 : ()일보(신문) ()년 ()월 ()일 ()면
 인터넷 뉴스일 경우 : ()일보(신문) ()년 ()월 ()일 ()시 ()분

신문 기사에서 다룬 K푸드의 인기 비결을 정리해 보세요.

Blank area for summarizing K-food popularity factors from newspaper articles.

K푸드의 인기가 우리에게 주는 영향을 자유롭게 써보세요.

Blank area for writing the impact of K-food popularity on us.



06 OTT가 연결한 K미식

드라마에서 주인공이 맛있게 음식을 먹는 장면을 보고, 전 세계 사람들이 SNS에서 음식 챌린지에 참여하고 있다고 합니다. 이때 음식의 주인공은 바로 K푸드입니다. 화면 속 음식을 눈으로 보다가 실제로 맛보는 순간, 'K미식'이 시작되는데요. 화면 속의 맛이 어떻게 우리의 입으로 전해지는지 함께 알아볼까요?

OTT나 SNS에서 음식을 보고 구매했거나 직접 먹어 본 경험을 써봅시다.

| 내용 | |
|-----------------------|--|
| 콘텐츠 | |
| 음식 | |
| 구매 이유 | |
| 영상 콘텐츠가 음식 선택에 미치는 영향 | |



다음 신문 기사를 읽고, 과제를 수행해 보세요.

※ 출처: 아시아경제 2026년 2월 25일 인터넷 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR 참고

음악 넘어 문학·음식으로 영토 넓혔다...150만 빅데이터가 증명한 <A>의 진화



K팝에 의존했던 한류 소비 지형이 문학과 영화, 음식으로 다변화했다. 지식재산권(IP)이 한국의 브랜드 가치를 높이고, 실질적인 관광 수요와 수출 수익까지 견인하는 핵심 산업 동력으로 진화했다.

문화체육관광부와 한국문화정보원은 25일 이 같은 현상을 입증하는 '2025 외신·소셜데이터로 보는 글로벌 한류 트렌드 분석 보고서'를 발표했다. 서른 나라 매체와 누리소통망(SNS) 자료 150만 건을 살살이 분석해 한류의 확산 구조를

정량적으로 증명한 지표다. 조사 규모를 전년의 68만 건보다 두 배 이상 키워 정확성을 높였다.

가장 눈에 띄는 변화는 지역별 관심사의 분화다. 전체 보도량은 아시아(44%)가 가장 많았으나, 과거 음악에 쏟았던 시선이 아프리카에서는 문학으로, 오세아니아에서는 영화로 이동했다. 나라별로는 미국, 인도, 아르헨티나, 베트남 순으로 데이터가 집중됐다. 일본은 문학, 베트남은 드라마, 브라질은 영화에 주목하며 현지의 문화적 토양에 맞춘 소비

지형을 구축했다.

온라인동영상서비스(OTT)는 한국 음식에 대한 단순한 호기심을 거대한 산업적 시너지로 바꾸는 핵심 축매였다. 김치, 소주, 라면 등 핵심어에 '맛', '셰프', '오징어 게임' 등이 최상위 연관 검색어로 등장했다. 요리 예능 '흑백요리사'와 드라마 '오징어 게임'에 등장한 한국 음식이 세계적인 식탁을 직접 공략한 결과다.

개별 콘텐츠의 파급력은 화면을 넘어 오프라인 관광 영역으로도 직결됐다. 애니메이션 영화 '케이팝 데몬 헌터스(케데헌)'가 대표적 예다. 시청 수 3억 회 돌파와 빌보드 '핫 100' 1위로 증명한 막강한 팬덤이 국립중앙박물관 외국인 방문객 증가 등으로 이어졌다. 제주를 무대로 한 드라마 '폭삭 속았수다' 역시 현지화 제목과 보편적 가족애를 앞세워 방영 직후 현지 관광 수요를 끌어올렸다.

'오징어 게임' 시즌 3은 아흔세 나라에서 시청 수 1위를 기록하며 글로벌 브랜

드 협업과 대규모 투자를 연이어 견인했다. 높은 파급력은 글로벌 핵심어 데이터가 고스란히 증명한다. 드라마 부문 검색어에서 '오징어 게임(27.1%)'과 주연한 '이정재(4.5%)'가 나란히 1, 2위를 차지했다. 영화 부문에서는 '케데헌(15.9%)'을 필두로 봉준호 감독(14.1%), '미키 17(9.6%)'이 상위권을 장악하며 한국 영상 콘텐츠의 굳건한 경쟁력을 입증했다.

영상 콘텐츠가 다진 흥행 토대는 활자를 타고 문학으로 뻗어나갔다. 특히 한강 작가의 노벨문학상 수상은 변방에 머물던 한국문학의 지위를 단숨에 세계 중심부로 끌어올렸다. 수상 직후 관련 외신 보도 비중은 전 분기보다 30%p 뛰었다. '채식주의자'와 '소년이 온다'를 집중 조명하며, 아시아 여성 최초 수상이 세계 문학사의 새 지평을 열었다고 일제히 타전했다.



이종길 기자

<A>에 들어갈 알맞은 단어를 본문에서 찾아 써보세요.

()

위 기사를 읽고, 콘텐츠의 파급 효과를 아래 표에 정리해 보세요.

TIP. 아래 활동 공간은 기사에서 찾은 콘텐츠의 수만큼 행을 나누어 작성합니다.

| 콘텐츠명 | 파급 효과 |
|------|-------|
| | |

기사에서 한국 음식에 대한 관심으로 나타난 연관 검색어 또는 핵심어를 정리해 보세요.

앞에서 정리한 검색어나 핵심어를 활용해 'OTT-음식 조합'으로 작성된 신문 기사를 찾아 스크랩해 보세요.

예) 흑백요리사-김치, 케데헌-떡볶이

👉 신문 기사 붙이는 곳

출처 종이신문일 경우 : ()일보(신문) ()년 ()월 ()일 ()면
 인터넷 뉴스일 경우 : ()일보(신문) ()년 ()월 ()일 ()시 ()분

스크랩한 신문 기사를 읽고, 중심 내용을 정리해 보세요.

'자료 화면 디자인 공간'

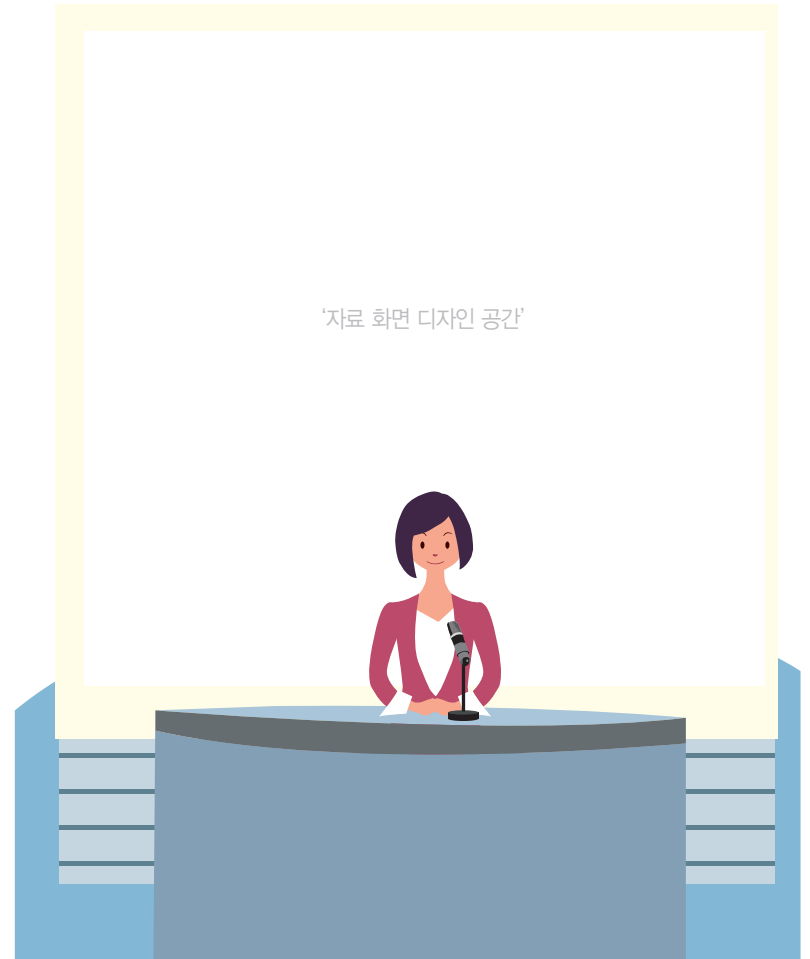
OTT 콘텐츠가 음식 소비에 미친 영향에 대해 자신의 생각이나 의견을 자유롭게 써보세요.

'자료 화면 디자인 공간'

여러분은 뉴스 제작자입니다. 최근 공개된 OTT 콘텐츠에 등장한 한국 음식이 인기를 끌고 있다는 소식을 전한다고 생각해 봅시다. 아래 <활동 방법>을 참고해 뉴스 자료 화면과 뉴스 진행자의 멘트를 만들어 보세요

💡 활동 방법


1. OTT 콘텐츠 제목을 짓습니다.
* OTT 콘텐츠 장르는 영화, 드라마, 예능 등 모두 가능합니다.
2. OTT 제작에 사용될 우리나라 음식을 정합니다.
3. 2번에서 정한 음식으로 연출할 장면을 구상합니다.
4. 3번 활동을 아래 뉴스의 자료 화면에 자유롭게 디자인합니다.
5. 뉴스 진행자(앵커)의 멘트를 서술합니다.



07 한국의 맛 콘텐츠


2021년부터 시작된 'Taste of Seoul'은 서울 레스토랑 위크, 서울미식마켓, 서울미식투어 등 6개의 테마로 운영되는 서울의 대표 미식 행사입니다. 서울을 맛의 중심 도시로 만들어 관광객을 유치하고, 경제적 파급 효과와 국가 브랜드 가치를 높이기 위해 기획되었는데요. 한국 콘텐츠를 통해 높아진 한국에 대한 관심이 음식 문화로 어떻게 이어지고 있는지 살펴봅시다.

 '서울미식주간 2025' 누리집에 접속해 아래 과제를 수행해 봅시다.

 프로그램 탭을 확인하고, 각 프로그램의 특징을 <표>에 정리해 보세요.

* TIP. 누리집에서 확인한 프로그램의 수만큼 행을 만들어 작성합니다.

| 프로그램명 | 내용 |
|-------|----|
| | |

 '서울미식 100선' 탭에서 제공하는 정보의 특징을 서술하고, 잘된 점과 보완할 점을 각각 써보세요.

| | 내용 |
|-------|----|
| 특징 | |
| 잘된 점 | |
| 보완할 점 | |

 다음 신문 기사를 읽고, 과제를 수행해 봅시다.

※ 출처: 한국경제 2024년 11월 11일 28면 기사 일부 발췌. 기사 원본은 QR코드 참고

'요리경연' 열풍에 대박 난 서울 미식주간화

지난 9일 서울 노들섬 라이브하우스에서 열린 미식마켓 행사에서 채식 전문식당인 '꽃밥에 피다' 부스 앞에는 아침부터 긴 줄이 늘어섰다. 대표 메뉴인 도토리온면은 특유의 심심한 맛이 일품이라는 평가다. 넉넉하게 120인분을 준비했지만 한 시간 만에 모두 팔려나갔다.

오너셰프인 송정은 대표는 "평소 채식에 관심 없던 이들도 이번 마켓에 많이 온 것 같다"며 "이 정도로 손님이 많은 것으로 예상하지 못해 음식이 순식간에 나간 게 아쉽다"고 했다.

서울시 주최로 8일부터 1주일간 노들

섬을 비롯한 시 전역에서 열리는 서울미식주간 행사가 최근 넷플릭스 예능 프로그램 '흑백요리사'의 인기로 힘입어 대박을 터트리고 있다.

시에 따르면 이날 미식마켓 방문객은 전년보다 30%가량 증가한 1만1000명에 달했다.

시는 2020년부터 '서울미식 100선' 레스토랑을 발표하고 장터, 요리교실, 맛집투어 등으로 구성된 서울미식주간을 개최해 왔다.

지난 9일 넷플릭스에서 방영된 '흑백요리사'로 관심이 크게 높아졌다는 설명

이다.

꽃밥에 피다 외에 쓰니보울, 월로프, 바이두부, 오베르트 도넛 등 인기 가게마다 준비한 재료가 수 시간 만에 모두 소진됐다.

K푸드를 즐기려는 외국인 관광객도 적지 않았다. 아르헨티나에서 온 루시아는 "아르헨티나에선 냉동식품 위주로 한식을 접하다가 서울의 맛집 수십 곳을 한자리에서 체험하니 한국 음식의 진수를 알게 된 느낌"이라고 했다.

이번 행사는 서울 곳곳에 있는 백화점, 시장 등 120개 업장에서 펼쳐지고 있다.

흑백요리사에 출연한 MZ셰프들이 신당동 떡볶이, 장충동 족발, 종로 빈대떡 등을 재해석한 메뉴를 선보인 'MZ셰프의 합한 초대'도 인기 프로그램이다. 요리하는 돌아이(윤남노)의 '디핀'은 신당동 생면 크림카바탈레, 장사천재 조사장(조서형)의 '을지로 보석'은 종로 빈대떡 메뉴를 판매한다.

서울시는 K푸드와 미식을 앞세워 2026년까지 관광객 3000만 명을 유치한다는 목표다.



이종길 기자


 위 기사를 읽고, 서울미식주간 행사의 인기 비결을 정리해 보세요.

 이 행사가 성공적으로 진행될 경우, 지역과 국가에 미칠 영향을 각각 써보세요.

| 지역 | 내용 |
|----|----|
| | |

 행사를 홍보할 수 있는 SNS 해시태그를 만들어 보세요.

* 해시태그(Hashtag)란, 특정 단어 앞에 '#'을 붙여 게시물을 주제별로 분류하고, 사용자가 해당 키워드를 클릭해 관련 콘텐츠를 쉽게 찾도록 돕는 도구입니다.

 여러분은 지역 관광 마케터입니다. 음식과 관광을 결합한 미식 축제 프로젝트를 기획한다고 생각하고, 다음 <활동 방법>을 참고해 기획안을 작성해 봅시다.

활동 방법

1. 미식축제를 개최하고 싶은 지역을 선택하되, 비수도권 또는 비교적 덜 알려진 지역을 우선적으로 고려해 보세요.
2. 선택한 지역을 대표하는 음식을 정합니다.
3. 지역명이 포함된 행사명을 만듭니다.
4. 축제의 핵심 메시지를 주제 또는 슬로건으로 표현합니다.
5. 축제를 개최하려는 이유나 목적을 서술합니다.
6. 지역 음식을 즐길 수 있는 다양한 프로그램을 기획합니다.
7. 축제 개최를 통해 기대되는 효과를 정리합니다.

| | |
|----------|--|
| 행사명 | |
| 주제 (슬로건) | |
| 목적 | |
| 프로그램 | |
| 기대효과 | |

 위에서 작성한 기획안을 바탕으로 미식 축제 포스터도 제작해 보세요.

포스터 제작 공간

08 K푸드, 외교 무대의 새 주인공

2025 경주 APEC 정상회담에서는 우리가 일상에서 즐겨 먹는 음식들이 외교 정상들의 손에 들려 반가운 인사를 건넸습니다. 엔비디아 최고경영자 젠슨 황이 맛본 한국 식 치킨, 시진핑 중국 국가주석의 공개적인 극찬을 받은 경주 황남빵까지. K음식의 향연이 외교 무대의 중심에 선 이야기를 살펴볼까요?

📖 2025 APEC 정상회담에 등장한 우리나라 음식 가운데 다섯 가지를 찾아 적어 보고,

각각의 맛에 대해 스스로 평점을 매긴 뒤 그렇게 평가한 이유를 간략히 써봅시다.

| 음식 | 평점 | 이유 |
|----|----|----|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |



📖 다음 신문 기사를 읽고, 과제를 수행해 봅시다.

※ 출처: 문화일보 2025년 11월 14일 29면 기사. 기사 원본은 QR코드 참고

시진핑엔 '황남빵', 트럼프엔 '오감차'...APEC 빛낸 K-푸드

2025년 아시아태평양경제협력체(APEC) 정상회의는 경북 경주를 세계 외교의 무대로 끌어올렸다. 21개국 정상과 대표단이 모인 그 현장은 단순한 회의장이 아니라, 한국의 문화와 환대가 세계의 시선을 받은 거대한 전시장 같았다. 나는 10월 24일부터 11월 1일까지 관광 프로그램 운영 자원봉사자로 현장에 참여하며, 30년간 관광공사에서 일해 온 경험으로도 보기 드문 '문화외교의 결정체'를 직접 체험했다.

그중 가장 인상적인 두 장면이 있다. 하나는 시진핑 중국 국가주석에게 전달된 '황남빵', 다른 하나는 도널드 트럼프 미국 대통령에게 제공된 '비비비당의 오감차(五感茶)'다. 하나는 맛으로, 다른 하나는 향으로 외교의 순간을 완성했다. 시 주석은 황남빵을 "맛있다"고 평했다.

짧은 한마디가 지역의 전통빵을 '외교의 상징'으로 바꿔 놓았다. 그 이후 황남빵 본점에 관광객이 몰렸고, '정상빵'이란 별칭과 함께 경주의 대표 브랜드로 떠올랐다. 한마디가 지역의 맛을 세계 외교의 언어로 바꾼 셈이다.

며칠 뒤 또 다른 향의 장면이 이어졌다. 10월 29일 트럼프 대통령의 객실에는 경주 힐튼호텔의 찻집 비비비당이 준비한 오감차가 웰컴 티로 올랐다. 그는 "향이 깊고 부드럽다"고 평했다.

그 짧은 멘트 하나가 다시 한번 한국의 차 문화를 세계의 뉴스로 만들었다. 시진핑의 빵이 '맛의 외교'였다면, 트럼프의 찻잔은 '향의 외교'였다. 나는 자원봉사자로서 비비비당을 두 번 방문했다. 백자 다완 위의 차, 한지 트레이, 은은한 조명. 그 모든 것이 '정제된 한국'의 미학

을 담고 있었다. 비비비당은 단순한 찻집이 아니라 한국 다도의 품격을 보여주는 공간이었다. 그곳에서 확인했다. 한 잔의 차와 한 개의 빵이, 한국의 품격을 세계 외교의 언어로 바꿀 수 있다는 사실을. 회의가 끝난 뒤, 비비비당의 원소운 대표는 발 빠르게 '트럼프 찻상 세트'를 출시했다.

트럼프 대통령에게 제공된 웰컴 티 구성을 그대로 재현한 이 세트는 '외교의 찻잔을 집으로 가져오는 경험'이라는 콘셉트로 관광객의 큰 호응을 얻고 있다. 외교의 순간을 지역 산업으로 연결한 창의적 사례다.

황남빵과 오감차, 두 이야기는 닮아있다. 하나는 달콤한 손맛으로, 다른 하나는 절제된 향으로 한국의 환대와 정성을 전했다.

이 두 장면은 경북이 '포스트 APEC 관광'을 어떤 방향으로 가야 하는지를 보여준다.

이제 그 순간을 기억으로만 남길 것이 아니라, 관광 자원으로 확장해야 한다. 부산의 누리마루 APEC하우스가 회의를 넘어 기념공간이 되었듯, 경북도 APEC의 맛과 향을 함께 보존해야 한다. 황남빵과 오감차의 이야기를 스토리텔링 콘텐츠로 엮는다면 관광객은 단순한 소비자가 아니라 '외교의 순간을 체험하는 방문자'가 될 것이다.

관광은 '기억을 설계하는 산업'이다. 정상의 한마디, 한 잔의 향, 한 조각의 맛이 도시의 이미지를 바꾸고 지역의 브랜드가 된다.



박철호 · 한국관광공사 부산울산경남지사

📌 기사 중심 내용을 정리해 봅시다.

📌 기사를 바탕으로 K푸드가 우리나라 외교에 미치는 영향을 써봅시다.

📖 '요리 외교'란 음식을 매개로 한 국가의 문화를 알리고 긍정적인 이미지를 형성하는 공공외교의 한 형태입니다. 예를 들어, 비빔밥이나 김치 같은 대표 음식을 소개하거나, 정상회담 만찬에서 음식을 활용해 국가 간 화합을 이끌어 내는 것이 대표적인 사례입니다.

📌 '요리 외교'를 다룬 신문 기사를 찾아 스크랩해 봅시다.

👉 신문 기사 붙이는 곳

출처 종이신문일 경우 : ()일보(신문) ()년 ()월 ()일 ()면
 인터넷 뉴스일 경우 : ()일보(신문) ()년 ()월 ()일 ()시 ()분

📌 기사에 등장한 요리(음식)를 써보세요.

📌 요리를 준비한 국가와 이를 접한 국가를 각각 적어 보세요.

📌 외교 무대에 등장한 요리의 특징이나 상징적 의미를 정리해 보세요.


📌 요리 외교의 장점을 자유롭게 써보세요.

09 해외에서 사랑받는 '조선의 힘'

우리의 멋이 전 세계를 사로잡고 있습니다. 영화와 드라마를 통해 느낀 K푸드의 매력이 한국 전통문화에 대한 관심으로 이어지면서, 최근 국립중앙박물관 방문객 수가 크게 늘었다는 소식도 들려옵니다. 갓을 쓴 외국인, 한복을 입고 경복궁에서 사진 찍는 관광객의 모습도 이제는 낯설지 않은 풍경이 되었지요. 전통과 현대적 감각이 어우러져 새롭게 탄생한 우리 문화가 얼마나 '힙'하게 변신했는지 함께 알아봅시다.

✦ 요즘 해외에서 사랑받는 힙한 K문화 아이템을 세 가지 써봅시다.

✦ '요리 외교'를 다룬 신문 기사를 찾아 스크랩해 봅시다.

 **신문 기사 붙이는 곳**

출처 □ 종이신문일 경우 : ()일보(신문) ()년 ()월 ()일 ()면
 □ 인터넷 뉴스일 경우 : ()일보(신문) ()년 ()월 ()일 ()시 ()분

✦ 어떤 내용을 다룬 기사인가요?

✦ 기사에서 소개한 주요 내용을 간략하게 정리해 보세요.

✦ 우리 문화의 독창성과 우수성을 세계에 알릴 방법을 써보세요.

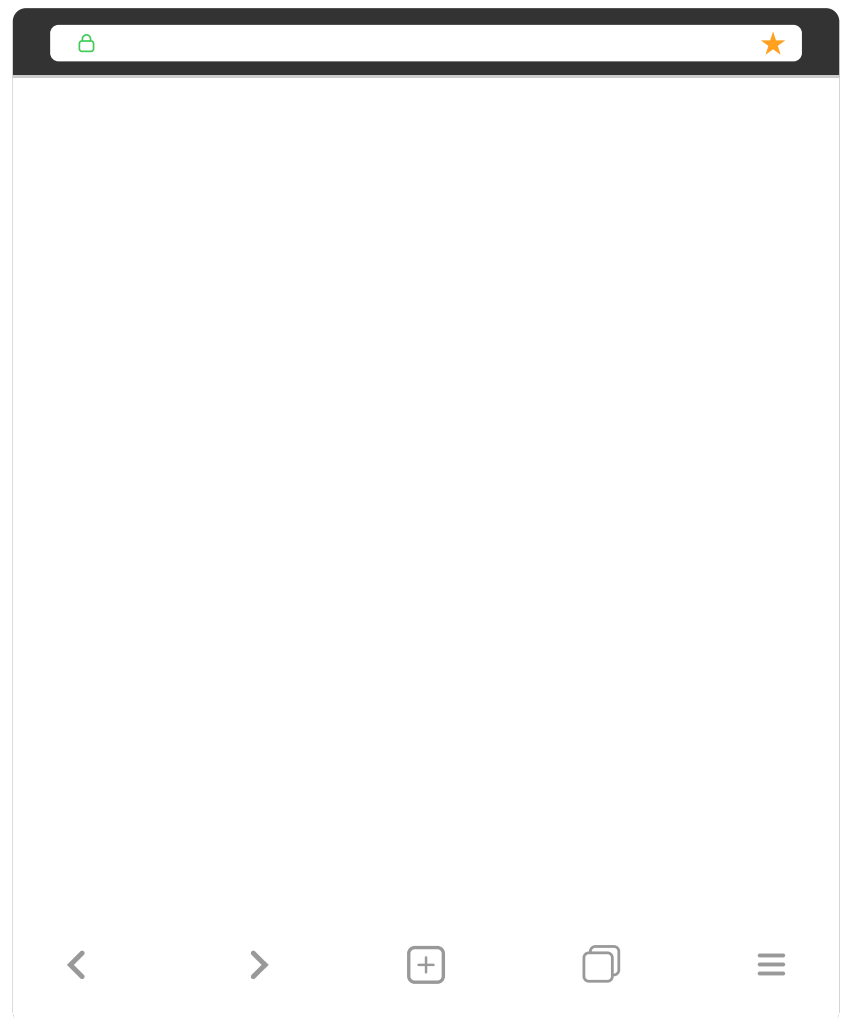
 위에서 선택한 문화 요소(아이템)의 매력을 알리는 SNS 썸네일을 제작해 봅시다.

〈활동 방법〉을 참고해 창의적인 썸네일을 만들어 봅시다.

* '썸네일'이란 콘텐츠의 내용을 미리 보여주는 대표 이미지를 의미함.


활동 방법

- 썸네일 화면을 이미지 영역과 문구 영역으로 나누어 구성합니다.
- 기사에서 소개한 문화 요소(아이템)의 매력 세 가지를 찾아 정리합니다.
- 썸네일 제작 공간에 해당 문화 요소의 사진을 신문에서 스크랩해 활용합니다.
- 독자의 관심을 끌 수 있는 썸네일 문구를 작성합니다.
- 해시태그와 핵심어를 함께 추가합니다.



10 우리나라 세계유산

우리나라는 17건의 세계유산을 보유하고 있습니다. 1995년 석굴암과 불국사가 처음으로 세계유산에 지정된 이후, 종묘·창덕궁·조선왕릉·백제역사유적지구 등 우리의 역사적 가치와 아름다운 자연유산이 후세에 전승하고 보존해야 할 인류 공동의 자산으로 인정받았습니다. 이제 한국만의 전통을 넘어 인류의 문화유산이 된 우리 문화의 우수성을 함께 살펴봅시다.

 다음은 우리나라의 세계유산을 정리하는 활동입니다. <활동 방법>을 참고해 아래 <표>를 완성해 보세요.

 해당 유산을 선택한 이유를 써보세요.


활동방법

1. 검색창에 '한국의 문화유산'을 입력합니다.
2. 국가유산포털 용어사전에 등재된 '한국의 세계유산(17건)' 항목을 클릭합니다.
3. 아래 '유산명' 칸에 세계유산으로 지정된 유산의 이름과 지정 연도를 적습니다.
예) 석굴암 불국사(1995)
4. '특징' 칸에는 각 문화유산이 지닌 고유한 특수성을 간략하게 서술합니다.


| 연번 | 유산명 | 특징 |
|----|-----|----|
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |
| 4 | | |
| 5 | | |
| 6 | | |
| 7 | | |
| 8 | | |
| 9 | | |
| 10 | | |
| 11 | | |
| 12 | | |
| 13 | | |
| 14 | | |
| 15 | | |
| 16 | | |
| 17 | | |

 기사에서 다룬 세계유산의 우수성을 정리해 보세요.

 세계유산을 보호하고 보존하기 위한 다양한 방안을 생각해 보고 이를 작성해 보세요.

 첫 번째 활동에서 만든 우리나라 세계유산 리스트를 활용해 외국인들이 갖고 싶어 할 만한 '현대적인 굿즈(기념품)'를 디자인해 보세요.

 세계유산 가운데 한 가지를 선택해 관련 기사를 스크랩해 보세요.

 신문 기사 붙이는 곳

출처 종이신문일 경우 : ()일보(신문) ()년 ()월 ()일 ()면
 인터넷 뉴스일 경우 : ()일보(신문) ()년 ()월 ()일 ()시 ()분

11 전통을 넘어 K헤리터지로

한국에 대한 관심은 이제 한국인의 문화적 뿌리인 헤리티지(유산)로까지 확산되고 있습니다. 국립중앙박물관의 누적 입장객 수가 전 세계 박물관 Top10에 진입할 만큼 한국 전통문화에 대한 관심이 높아졌고, 박물관 굿즈의 인기도 함께 상승하고 있습니다. 전통문화로만 여겨졌던 우리의 문화유산이 세계 속에서 어떤 가치를 인정받고 있는지 살펴봅시다.

📌 ‘유네스코 세계유산위원회’의 구성과 기능에 관한 정보를 검색해 써봅시다.



📖 다음 신문 기사를 읽고, 과제를 수행해 봅시다.

※ 출처: 뉴스1 2025년 12월 10일 인터넷 기사. 기사 원본은 QR코드 참고

“K컬처 뿌리 ‘K-헤리티지’ 세계에”…국가유산청, 3대 전략 공개

‘제48차 유네스코 세계유산위원회’ 추진 계획 발표
내년 7월, 부산서 첫 세계유산위… “문화외교 강화”

국가유산청은 10일 오전 김민석 국무총리가 주재한 국가정책조정회의에서 내년 7월 부산에서 열리는 ‘제48차 유네스코 세계유산위원회’ 추진 계획을 발표했다고 밝혔다.

유네스코 세계유산위원회는 세계유산 분야 최대 규모의 국제회의로, 우리나라가 세계유산협약(1988년) 가입 이후 38년 만에 처음으로 개최하는 행사다. 위원회 동안 전 세계 문화유산 전문가 등

3000여 명이 부산을 찾을 것으로 예상되며, 한국의 문화외교 역량과 K-헤리티지의 가치를 세계에 알리는 계기가 될 전망이다.

국가유산청에 따르면 허민 청장은 성공적 개최를 위해 국제회의 운영, 세계인 대상 K-헤리티지 홍보, 지속 가능한 정책 성과 창출 등 3대 전략을 제시했다.

먼저 ‘국제회의 운영’과 관련해 내년도 예산 179억 원을 확보했으며, 대통령 훈령에 따라 외교부·문화체육관광부·부산시 등 관계 기관 인력을 포함한 10명 규모의 전담 준비 기획단을 꾸렸다.

범정부 준비위원회와 지자체, 전문가 자문단과의 협력 체계도 함께 구축했다.

두 번째 전략인 ‘세계인 대상 K-헤리티지 홍보’에서는 미디어아트 특별전, 경복궁 수문장 교대의식, 무형유산 공연·시연, 국제 세미나 등 다양한 문화행사가 위원회 기간에 마련된다. 국내 17건의 세계유산과 유네스코 재정 기여 현황을 소개하는 전시도 열리며, 전통문화 기반 상품을 선보이는 K-굿즈 관과 정책홍보관도 운영된다.

마지막으로 ‘지속 가능한 정책 성과 창출’을 위해 우리나라는 제48차 위원회 의장국으로서 국가 간 화해와 협력의 메시지를 담은 국제선언문 채택을 추진한다. 또 세계유산 등재 현황을 분석해 소외 분야를 발굴하고, 2030년 이후 등재



방향을 제시하는 중장기 로드맵도 마련한다. 허민 청장은 “K-헤리티지는 K컬처의 뿌리이자 정체성”이라며 “범정부 협력 체계를 바탕으로 제48차 세계유산 위원회를 성공적으로 이끌어 K컬처의 확산에 기여하겠다”고 전했다.

정수영 기자



📌 K헤리티지의 의미를 써보세요.

📌 국가유산청의 「제48차 유네스코 세계유산위원회 추진계획」에 제시된 3대 전략을 정리해 보세요.

📌 K헤리티지 보존을 위해 국가기관, 지방자치단체, 국민이 각각 담당해야 할 역할을 각각 써보세요.

| | |
|------|--|
| 국가기관 | |
| 지자체 | |
| 국민 | |

📌 국가유산청이 K헤리티지 확산을 위해 우선 추진해야 할 과제를 정리해 보세요.

📌 ‘내가 고른 우리나라의 우수한 문화유산’ TOP3를 작성해 보세요.

내가 고른 우리나라의 우수한 문화유산 TOP3

| 연번 | 문화유산명 | 특징 |
|----|-------|----|
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |

📖 다음은 우리나라의 세계유산을 정리하는 활동입니다. <활동 방법>을 참고해 아래 <표>를 완성해 보세요.

💡 활동 방법

1. ‘내가 고른 우리나라의 우수한 문화유산 TOP3’에서 한 가치를 선택합니다.
2. 해당 문화유산의 특징을 살려 캐릭터를 스케치합니다.
3. 캐릭터에 문화유산의 이름이 잘 보이도록 디자인합니다.
4. 캐릭터 주변에는 문화유산과 관련된 역사적 사실, 연관 단어 또는 이미지를 배치합니다.
* 캐릭터의 몰입감을 위해 캐릭터보다 작은 크기로 구성합니다.
* 캐릭터명, 작가명, 캐릭터 탄생일 등의 창의적인 요소는 자유롭게 추가할 수 있습니다.

12 지속 가능한 K컬처를 위해

우리나라 보이 그룹의 컴백 공연이 전 세계적인 관심 속에 성황리에 마무리되었습니다. K음악을 비롯해 콘텐츠, 푸드, 문화유산까지 폭넓게 확산되고 있는 K컬처가 앞으로 지속적으로 발전하려면 어떤 노력이 필요할까요? 함께 생각해 봅시다.

다음 신문 기사를 읽고, 과제를 수행해 봅시다.

※ 출처: 매일경제 2026년 3월 16일 26면 기사. 기사 원본은 QR코드 참고

1.2조 BTS 효과에 광화문 들썩...“K관광 도약 분수령”



| | |
|---------------|----------|
| 숫자로 보는 BTS노믹스 | |
| 광화문 공연 내부 관객 | 2만2000명 |
| 광화문 윤집 예상 인파 | 약 26만명 |
| 넷플릭스 생중계 국가 수 | 190개국 |
| 월드투어 공연횟수 | 82회 |
| 월드투어 예상 관객 | 522만명 이상 |
| 월드투어 직접 매출 | 2조7000억원 |

“(같이) 노숙할 사람 구합니다. 명당 자리있나요?”

무려 26만명이 운집할 것으로 예상되는 방탄소년단(BTS)의 21일 서울 광화문 공연을 앞두고 온라인 커뮤니티와 SNS에는 ‘광화문 공연 노숙계획’, ‘명당 자리 급구’ 같은 글이 실시간으로 올라오고 있다. ‘광화문 명당 지도’까지 공유되는 상황이다.

방탄소년단 완전체 컴백 공연을 앞두고 전 세계의 이목이 대한민국으로 쏠리고 있다. 이미 현장 분위기는 과열이다. 광화문 주변 호텔과 백화점, 소상인들까지 ‘반짝 특수’에 덩달아 바빠지고 있다. 길기연 서울관광재단 대표는 “방탄소년단 광화문 공연은 경제적 파급효과만 조단위에 달하는 메가 이벤트로 넷플릭스가 전 세계 생중계까지 한다”며 “K콘텐츠를 기반으로 한국이 관광부국으로 퀀텀점프할 수 있는 분수령”이라고 강조했다.

21일 오후 8시부터 서울 광화문광장 일대에서 열리는 ‘BTS 컴백 라이브: ARIRANG’ 공연은 방탄소년단이 군 복무를 마치고

3년9개월 만에 뭉친 데다가 전날 발매되는 정규 5집 ‘아리랑’의 타이틀곡을 포함한 신곡 무대를 최초로 공개한다. 관심이 높은 만큼 막대한 경제효과를 창출할 것으로 전망된다.

앞서 한국문화관광연구원은 방탄소년단의 국내 콘서트 경제 효과가 지식재산권(IP) 수입, K팝 위상 제고 등 간접효과까지 포함하면 회당 최대 1조2000억원으로 추산한 바 있다. BTS노믹스는 이미 현실화하고 있다.

공연 당일인 21일을 전후해 광화문 일대 10여 곳 호텔은 이미 방이 동났다. 유통업계도 특수 잡기에 발 빠르게 나서고 있다. 광화문 인근 신세계백화점과 면세점은 ‘BTS 팝업스토어’를 오픈하는 한편 명동점 내 ‘K웨이브존’에서 BTS 앨범, 캐릭터 브랜드 ‘BT21’ 굿즈 등을 준비하며 야미 잡기에 나섰다. 롯데백화점은 광화문 공연 전후인 19일부터 22일까지 매일 본점과 에비뉴엘 건물 외벽을 BTS를 상징하는 보라색 조명으로 연출한다. 컴백 공연이 초읽기에 들어가면서 부메랑을 걱정하는 목소리도 있다.

‘BTS 인플레이션’이 극에 달하고 있어서다. 이미 광화문 주변 5성급 호텔 1박 가격은 20일 전후 180만~200만원대까지 치솟았다.

심원섭 목포대 관광학과 교수는 “정부의 단속 이전에 민간에서 자발적인 참여로 이런 부작용을 억제하는 긍정적인 모습이 나와야 한다. 그래야 ‘BTS노믹스’를 지속 가능한 문화자산으로 만들 수 있다”고 지적했다.

이번 공연을 일회성 이벤트가 아닌 지속가능한 K팝 공연의 모멘텀, 나아가 경제 활성화 위한 발판으로 삼아야 한다는 지적도 나온다. K팝이 ‘K투어리즘’으로 이어지는 선순환 고리를 통해 K콘텐츠와 K뷰티, K푸드, K메디컬 등 ‘K웨이브’ 산업 전반에 걸쳐 시너지를 내야 한다는 논리다.

경제 전문가들은 K컬처를 기반으로 한 K바이브 산업을 기존 제조업 위주 성장 전략을 보완할 성장 트랙으로 육성해야 한다고 보고 있다.

한국은 반도체와 전자, 자동차, 철강, 조선, 해운에 이르기까지 일본을 대체하며 선진국 진입에 성공했지만 중국의 부상으로 제조업 고도화를 통한 수출 확대라는 단일 성장 트랙은 한계에 다다르고 있다는 분석이다.

관광은 그동안 외면당해온 산업 섹터다. 박근혜 정부 시절 대통령 직속으로 운영됐던 국가관광전략회의는 과거 두 정부를 거치며 총리 주재로 내려앉으며 ‘관광 홀대’라는 지적까지 나왔던 것이

대표적인 사례다. 관광 산업 경쟁력도 아직은 미흡한 수준이다. 외래 관광객 숫자는 일본(4000만명)의 절반에도 못 미친다. 국내 공연 인프라 확충은 이 같은 현실을 반전시킬 카드로 거론된다. 김윤지 한국수출입은행 해외경제연구소 수석연구원은 “서울 광화문광장 공연은 해외에서 주로 공연을 펼치던 방탄소년단을 한국의 서울과 연결 지어 세계인의 머릿속에 각인시키는 효과가 있을 것”이라며 “그동안 대규모 K팝 공연장의 경제성을 둘러싼 갑론을박이 이어져 왔는데, 이번 공연은 그 필요성과 잠재력을 확인해보는 계기가 될 것”이라고 말했다.

정부도 공연 인프라 확충에 전향적인 입장이다. 최희영 문화체육관광부 장관은 장기적으로 5만석 규모의 돔구장을 건립해 K팝 위상에 걸맞은 기반을 구축하겠다는 목표를 제시한 바 있다.

최 장관은 지난해 말 “K팝 성지인 한국에 5만석 규모의 돔 경기장을 기반으로 하는 공연장이 없는 건 있을 수 없는 일”이라고 강조하며 “일본만 해도 (5만석 규모 공연장이) 4군데 있고, 한 군데를 더 짓고 있다. 내년부터 여러 가지 타당성 조사를 할 계획”이라고 밝혔다. 전국적으로 지자체에서 돔구장을 짓고 싶다는 의사를 표시한 만큼 전망위 확충에 나서는 구상이다.

신익수 여행전문기자
규정근·김시균·정석환 기자




기사를 읽고, 밑줄 친 ‘BTS노믹스’의 의미를 정리해 보세요

K컬처가 뷰티, 푸드, 산업, 관광 등 다양한 분야로 확산하며 만들어 내는 경제적 파급 효과를 써보세요.

기사에서 제시된 K컬처 발전 방안에 대한 필자의 의견을 정리하고, 이에 대한 자신의 생각을 덧붙여 보세요.

* 필자의 의견

* 나의 생각

 <활동 방법>을 참고해 각 경제 주체의 관점에서 BTS 공연으로 기대되는 효과를 생각해 보고, 느낌이나 의견을 정리해 봅시다.

 K컬처의 발전을 위한 자신의 의견을 써보세요.

 **활동 방법**

1. 신문 기사에 언급된 개인이나 기업 가운데 하나를 선택합니다.
2. 선택한 주체를 A, B, C 칸에 각각 적습니다.
3. <가> 공간에 A, B, C의 이미지를 붙이거나 직접 그려 표현합니다.
4. A, B, C 각 주체의 관점에서 기대되는 효과를 일상적인 대화체로 서술합니다.
5. 각 주체의 입장에서 K컬처가 지속적으로 발전하기 위한 의견을 제시해 보세요.

| | A | B | C |
|-------------------|-----|-----|-----|
| 경제 주체 | <가> | <가> | <가> |
| 기대 효과 | | | |
| 지속 가능한 K컬처를 위한 의견 | | | |

< > ↺ 🔍
☰



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 | 홍근태 인하대사범대부속중학교 교사
 이윤희 신희여자중학교 교사
 김청연 전 한겨레 매거진 랩팀 기자

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>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>충북매일 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>전북도민일보 http://www.domin.co.kr</p> |  <p>전북일보 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 신문 협회 **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 읽고 **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 😊