
세계와 소통하는 한국문화

- 한국문화 글로벌 확산 전략(2018~2022) -

2018. 4. 30.



문화체육관광부
해외문화홍보원

순서

I. 추진 배경	1
II. 현황 및 문제점	2
III. 추진전략 및 실천과제	5
1. 지역 다변화를 통한 세계 속 한류 확산	6
2. 한국문화 전반으로 한류의 외연 확대	11
3. 재외문화원을 한류 확산의 전진기지로 육성	18
4. 관계기관 간 협업을 통한 사업의 효과성 확보	23
IV. 추진일정	27

I. 추진 배경

□ 국력에 비해 저평가된 국가브랜드 가치

- 경제규모에 비해 저평가된 대한민국의 국가브랜드 가치 제고를 위해서는 '문화'를 핵심으로 하는 '소프트파워'의 강화 필요
 - * 영국 포틀랜드커뮤니케이션과 미국 서던캘리포니아대 공공외교센터의 공동조사 결과 한국의 소프트파워 순위는 30개국 중 21위('17년)
- 경쟁 국가들은 소프트파워 제고를 위한 정부 차원의 투자 지속
 - * 중국은 소프트파워 육성에 연 100억 달러의 예산을 투입 중이며, 해외 문화행사를 '10년 100건 미만에서 '17년 2000건 이상으로 확대(영국 이코노미스트지)

⇒ 정부가 체계적으로 우리 문화의 해외 진출을 지원함으로써 대한민국의 소프트파워 및 국가브랜드 가치 제고 추진

□ 한류에 대한 수요 다변화

- 새 정부의 중점 추진과제인 '세계 속 한류 확산'을 위해 문체부 및 해외 진출 유관기관 간 협업을 통한 효과적 지원 필요

※ 공정한 문화산업 생태계 조성 및 세계 속 한류 확산(국정과제 69)

- 주요 내용: 쌍방향 문화교류 및 착한 한류 실현으로 문화콘텐츠 수출시장 및 연계 산업의 동반진출 확대

- 한류의 범위는 '90년대 케이팝(K-pop), 한국드라마 등 대중문화 중심에서, 한글, 한식, 예술 등 우리 문화 전반에 대한 관심으로 확대
- 반면 정치적 환경, 획일적 콘텐츠 및 지나친 상업성 등으로 인해 일부 한류 소비지역에서는 오히려 반한류 분위기 형성
 - * 반한류 분위기 공감 비율(한국국제문화교류진흥원): '15년 16.2% → '16년 21.1%

⇒ 국정과제인 한류의 외연 확대 및 지속가능한 발전을 위해 분야별·지역별 특성에 맞춘 전략적 접근 강화

II. 현황 및 문제점

1 한류 다변화에 대한 전략적 대응 부족

□ 지원 방식: 지역 편중 및 권역별 차별화된 접근 미흡

- 정부, 공공기관, 민간의 문화교류 대상이 동아시아, 미국, 유럽 등 특정 권역에 편중되어 한국문화 확산에 한계
- 우리 문화에 대한 지역별 반응 및 관심도를 분석하는 시의성 있는 정보시스템 등 맞춤형 전략 수립을 위한 기초정보 부족
 - 특히 기초예술 분야에 대한 해외 대상 정기적 실태조사 미흡

기관명	조사명	조사 대상	한계
해외문화홍보원	국가이미지조사	주요 국가 2개국의 한국의 국가이미지 및 우리 문화에 대한 인식	
한국국제문화교류진흥원	해외한류실태조사	16개국 해외 한국 대중문화 경험자의 한국·한류에 대한 인식, 소비 유형	기초예술 분야에 대한 조사 부재

□ 지원 대상: 기초예술 분야에 대한 지원 부족

- 기초예술 분야의 경우 우리나라 '국격' 제고에 크게 기여하지만 시장성이 약한 분야로, 정부의 체계적 지원 부족
 - * 최근 문학, 시각예술, 공연예술 등 기초예술 분야에서 한국인 글로벌 스타가 등장하는 등 '예술 한류'에 대한 관심 확대



2 재외문화원의 기능상 한계

□ 사업: 체계적인 사업역량 부족

- 문화원 간 사업 성과의 편차가 크고, 일회성 행사 중심으로 운영
- 지역별 문화 수요, 여건 분석 등에 기초한 사업 기획이 부족하며 현지 문화예술계, 유관기관과의 적극적 협업 미흡

□ 운영: 재외문화원의 조직 경쟁력 취약

- 경쟁 국가 재외문화원들에 비해 운영 예산과 인력이 부족하여 우리 문화를 소개하는 다양한 사업 추진에 한계

개소당 예산('17): 한국 17억 원 < 중국 25억 원 < 일본 26억 원 < 영국 81억 원
 개소당 인력('17): 한국 9명 < 중국 15명 < 일본 24여 명 < 영국 90여 명

- 문화원장 성과평가의 실효성 및 결과에 대한 환류 조치 미흡
- 재외문화원의 운영상 안정성 및 효율성 증대를 위한 규정 정비, 지원 시스템 고도화, 교육 강화에 대한 지속적 노력 필요

□ 인프라: 대한민국의 국력에 비해 열악한 시설 환경

- 임차건물(32개소 중 26개소) 사용으로 인한 과도한 임차료 지출 발생 (연간 약 110억 원) 및 중장기적 시설투자 곤란
 - * 평균 연면적은 약 1,110㎡ 수준이며, 일부는 단순 인테리어 변경 등도 어려운 실정
- 상설 전시의 내용과 방식이 진부하고, 일부 시설이 노후화되어 한국문화 대표 콘텐츠 소개의 장으로서 미흡
- 해외 홍보 유관기관들을 집적해 원스톱 서비스를 제공하고자 '06년부터 추진된 코리아센터는 4개소 건립에 그친 상황

구분(설립)	LA(2006)	북경(2007)	상해(2007)	동경(2009)
입주기관	관광공사, 콘진원, 영진위	관광공사, 콘진원, 저작권위, 영진위	관광공사	관광공사, 콘진원, 국외소재문화재단, 한국교육원, aT

3 해외 진출 기관간의 유기적 협업 부족

□ 추진 체계: 유관기관 간 긴밀한 협력시스템 부재

- 문체부 각 실·국 및 유관기관들이 문화·예술·관광·콘텐츠 등 분야별로 해외 진출 사업을 분산 추진
- 해외 진출 현장에서 민간이 직면하고 있는 애로사항에 유관기관 공동으로 대응하는 기능 부재

해외 진출 유관기관 현황

(단위: 원)

분야	기관명	관련 사업	'18년 예산
문화	해외문화홍보원	한국문화 홍보, 문화예술 교류 등	약 868억
	세종학당재단	세종학당 지정·운영 등	약 190억
	한국국제문화교류진흥원	문화교류, 전문인력 양성, 조사·연구	약 60억
예술	한국문학번역원	한국문학 해외진출 지원	약 56억
	한국공예디자인문화진흥원	공예분야 해외 전시 및 교류	약 20억
	예술경영지원센터	공연·시각 분야 해외진출 지원	약 56억
	한국문화예술위원회	해외기관 협력, 레지던시 참가지원 등	약 62억
콘텐츠	한국저작권위원회	해외저작권 보호체계 운영	약 23억
	영화진흥위원회	영화 분야 해외진출 지원	약 63억
	한국콘텐츠진흥원	콘텐츠 분야 해외진출 지원	약 86억
관광	한국관광공사	한류관광활성화, 문화관광대전 개최	약 64억

□ 보유자원 및 사업: 제한된 여건 속 단편적·산발적 사업 추진

- 타 부처의 지원 시스템에 비해, 문화콘텐츠의 해외 현지 지원 시스템이 규모와 질적 측면에서 열악한 상황
 - * KOTRA는 127개소의 해외무역관을 운영하는 반면, 문체부는 재외문화원 32개소, 콘텐츠진흥원 5개소, 영화진흥위원회 2개소 등에서 소수 인력으로 업무 수행
 - 기관별로 보유하고 있는 한정된 인력, 인프라 등을 공동 활용하여 해외 진출 지원 활동들을 효과적으로 수행하는 방안 모색 필요
- 해외 진출 사업 간의 연계 부족으로 효과적 성과 창출에 한계

Ⅲ. 추진전략 및 실천과제

목표

'지속가능한' 한류 확산 및 대한민국 소프트파워 제고

국제문화교류행사의 국가이미지 향상 기여도 : ('17) 약 82점 → ('22) 90점
문화원 평균 방문자 수 및 만족도 : ('17) 10만명, 약 87점 → ('22) 12만명, 95점

추진 전략

지역 다변화를 통한
세계 속 한류 확산

한국문화 전반으로
한류의 외연 확대

재외문화원을
한류 확산의
전진기지로 육성

전략 1

지역 다변화를 통한 세계 속 한류 확산

- ① 아세안 : '상호 이해'를 지향하는 문화협력 강화
- ② 러시아·CIS : 문화교류 활성화를 위한 기반 조성
- ③ 지역별 전략 연구 및 조사 확대

전략 2

한국문화 전반으로 한류의 외연 확대

- ④ 기초예술 분야 중심의 지원사업 확대
- ⑤ 한국문화 해외 진출 기반 조성

전략 3

재외문화원을 한류 확산의 전진기지로 육성

- ⑥ 재외문화원 운영 프로그램 다양화
- ⑦ 재외문화원을 성과 중심의 운영체제로 개편
- ⑧ 재외문화원 인프라 확충 및 다기능화

지원체계

관계기관 간 협업을 통한 사업의 효과성 확보

- ⑨ 해외 진출 협의회 및 민관 협업 활성화
- ⑩ 기관별 자원 및 정보 공유를 통한 효율성 제고

1

지역 다변화를 통한 세계 속 한류 확산

◇ 문화교류의 잠재성이 높은 아세안, 러시아·CIS 지역을 대상으로 사업 확대 및 지역별 맞춤형 대응을 위한 기초연구 강화

1-1. 아세안: '상호 이해' 를 지향하는 문화협력 강화

- (문화교류 거점 확충) 아세안 지역 거점인 인도네시아 문화원의 코리아센터 전환 및 말레이시아 등에 문화원 신설 검토
- (쌍방향 교류) 국가 간 공감대 형성이 가능한 문화교류 활성화
 - 10년 단위 수교기념 해를 맞이하는 필리핀, 말레이시아, 베트남 3개국과 국가 간 협력사업인 '상호문화교류의 해' 추진

< '19~'22년까지 아세안 국가 중 수교기념 대상국가 >

연도	2019년	2020년	2022년
국가	필리핀(수교 70주년) * 1949.3.3. 수교	말레이시아(수교 60주년) * 1960.2.23. 수교	베트남(수교 30주년) * 1992.12.22. 수교

- 현지 여건에 기초한 문화원별 문화예술 교류 사업 추진을 통해 한국문화에 대한 인식 제고 및 문화교류 기반 조성
 - * 필리핀 한-필 도시/미술 작가 교류전('18년 8~12월), 베트남 '한-베 미술 교류전'('18년 9월), 태국문화원 '한-태 현대미술전'('18년 10~12월) 등
- (한류 외연 확대) 케이팝, 한국드라마 등 한국 대중문화 기반을 활용하여, 한국문화에 대한 관심을 전략적으로 확대
 - 동남아 최대 한류 엑스포인 인도네시아 'K-콘텐츠 엑스포' 개최 시 기관 간 협업에 따른 분야별 홍보존 운영, 콘텐츠 동반 진출 도모 (한국콘텐츠진흥원, 한국관광공사, 한국국제문화교류진흥원, 세종학당재단)
 - 권역 내 문화원별 대중문화 외에도 한국의 기초예술, 전통문화, 한식 등 다양한 콘텐츠를 소개하는 기획사업 추진

< 문화원별 '한류 외연 확대'를 위한 주요 기획사업 >

구분	사업명	사업 내용
인도네시아 문화원	2018 아시안게임 계기 한국문화 홍보 ('18년 신규)	- 2018 자카르타-팔렘방 아시안게임 계기 대중문화 외에도 한식, 전통문화를 종합 소개하는 행사 개최('18년 7~8월)
태국 문화원	대한민국예술원 해외 특별전	- 대한민국예술원 회원 18명의 미술 작품을 소개하는 현지 특별전 개최 - 대중문화 중심 'Korea Week' 행사와 연계 개최
인도 문화원	기획공모전시 Transition Zone ('18년 신규)	- 인도문화원 내 국내 중견 미술작가들이 참여하는 기획공모전시를 추진하여 한국 현대미술의 인지도 제고 도모

- ('착한한류' 구현) 아세안 국가 대상 문화예술교육 ODA 확대 및 문화동반자 사업 강화를 통한 한류 기반 확립

※ **착한한류** : 해외에서 사회적 영향력을 갖는 다양한 한류 콘텐츠를 활용하여 현지의 사회적 문제 해결과 동반 성장의 기반을 제공하는 활동

- 현지 정부, 유관기관 협력관계 구축 과정에 문화원 지원 강화 및 문화원별 국내외 유관기관 제휴를 통한 현지 공헌활동 확대
- * 주요 사업 : 인도문화원의 현지 82개 자매학교 대상 문화예술 교육 사업, 한예종 학생 봉사단 파견을 통한 인도 차세대 클래식 인재와의 교류활동 지원 사업 등

1-2. 러시아·CIS: 문화교류 활성화를 위한 기반 조성

- (문화원 지역사업 확대) 러시아, 카자흐스탄 한국문화원 2개소를 인접지역을 포괄하는 'K-Culture 허브'로서 활용
 - 모스크바 외 러시아 주요 도시, 아르메니아 등 코카서스 지역을 대상으로 '찾아가는 한국문화제' 사업 확대('18년 9월)
 - 카자흐스탄 '한국문화축제' 개최 시 지역별 고려극장 순회공연 등을 통해 고려인과의 유대감 형성 및 한국문화 확산에 기여
- (우즈베크 '한국문화예술의 집' 건립) 양국 정상공동선언('14.6월)에 따라, 타슈켄트에 고려인을 위한 문화센터 설립('18년 10월)
 - 한국(시설 건립) 및 우즈베크(토지 제공) 양국의 협업사업으로 추진, 건립 후 현지 고려문화협회를 통한 교류사업 추진

○ (계기별 문화교류 활성화) 국가 간 수교 및 대형 국제행사를 한국문화 확산과 문화예술 교류의 계기로 활용

- 한-러 수교 30주년 기념 '2020 한-러 상호 문화교류의 해' 추진 및 '해외 진출 활성화 협의회'의 실무 준비 특별전담팀(TF) 운영

< '한-러 상호 문화교류의 해 행사' 세부내용 >

구분	러시아 내 한국의 해	한국 내 러시아의 해
기간	2020년 1월 ~ 12월	
주관	대한민국 문화체육관광부	러시아연방 문화부
실무	주러 한국문화원	주한 러시아문화원
주요 내용	<p>< 러시아 내 한국의 해 ></p> <ul style="list-style-type: none"> - 개·폐막식 행사 - 연중 한국문화를 소개하는 각종 공연·전시 행사 개최 (지자체, 문화예술 단체 및 기관, 예술가, 문화기획자 등 참여) - 양국 문화예술기관 간 협력사업 발굴·추진 	

- 2018 러시아 월드컵 개최 계기 케이팝 및 현지 가수 합동공연, 현지 사회공헌 활동, 체험행사 등을 종합한 'Feel Korea' 개최 (한국국제문화교류진흥원, 러시아문화원 / '18년 6월)

- 모스크바 국제 도서전 참가를 지원하여, 한국문학 홍보 및 양국 작가 간 교류 활성화 지원(러시아문화원, 한국문학번역원 / '18년 9월)

○ (차세대 한류 지지층 양성) 현지 젊은 세대, 어린이 등을 대상으로 한국문화를 지속 홍보하여 한국문화 확산의 주축으로 양성

- 러시아 내 어린이들을 대상으로 한식, 전통문화, 한국영화 등 한국문화 소개 활동 전략적 추진(러시아문화원, '18년 신규)

- 문화원별로 각 분야의 젊은 전문가 그룹을 'K-컬처 서포터즈'로 선발하여, 차세대 지한 네트워크로 육성(러시아·카자흐스탄 문화원)

○ (신흥시장 여건 조사) 시장 잠재력이 높은 CIS 지역을 대상으로 문화시장, 법제도 등에 대한 조사를 기초로 해외 진출 기반 마련

- 주요 CIS 국가별 콘텐츠 시장 조사 및 문화규제 분석('18년)

1-3. 지역별 전략 연구 및 조사 확대

□ 한류: 빅데이터 등을 활용한 맞춤형 정보 제공

- 한류 빅데이터 종합 정보시스템을 구축, 문화, 예술, 콘텐츠 분야 등에 대한 해외의 반응 분석(해외문화홍보원, '19~22년 104억 원)
 - 영어, 중국어, 일본어, 스페인어 등 주요 언어권 내 한국문화에 대한 수요가 높은 국가 10개 내외 조사
 - * 미국, 중국, 일본, 영국, 프랑스, 호주, 싱가포르, 필리핀, 멕시코, 아르헨티나 등
 - 분야별 이슈에 대한 언급 빈도 및 반응도, 국가 간 비교, 시계열 분석 추이를 시각화하여 제공하여 맞춤형 정책 수립에 활용



- 한국국제문화교류진흥원의 '해외한류실태조사'를 현행 대중문화 분야 외에도 기초예술 분야를 추가하여 조사 범위 확대
 - '해외한류실태조사'를 세분화, 대중문화 분야 조사 및 기초예술 분야에 대한 조사 병행 추진
 - 재외문화원 및 해외 유관기관의 자체 설문조사 등과 연계하여, 조사국가 및 표본 수 확대를 통한 조사의 신뢰도 제고
 - * 문화원 자체 설문조사 시 투입 예산 대비 약 50% 절감 가능

□ 국가이미지: 대한민국에 대한 해외의 심층적 인식 조사

- 전 세계 권역별 거점 국가 15개국 내외를 선정하여, 대한민국의 국가이미지 및 우리 문화에 대한 인식 조사(해외문화홍보원)

대륙	국가
아시아	한국, 중국, 일본, 태국, 인도네시아, 인도, 호주
미주/유럽	미국, 멕시코, 브라질, 영국, 프랑스, 독일, 러시아
중동/아프리카	남아프리카 공화국, 아랍에미리트

- 한국의 연상 이미지 및 호감도, 한국에 대한 이미지 형성 경로 등 국가이미지 현황 및 이미지 제고를 위한 전략 연구

구분	주요 내용
대한민국 국가이미지 조사	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국 연상 이미지 <ul style="list-style-type: none"> - 국가이미지 전반(한국/한국인) 및 경제·기업, 과학·기술, 인프라, 정책·제도, 문화, 관광 등 분야별 이미지 ○ 한국에 대한 호감도 분석 <ul style="list-style-type: none"> - 국가이미지 전반 및 세부 분야별 호감도 ○ 한국에 대한 이미지 형성 경로 <ul style="list-style-type: none"> - 한국에 대한 인지 수준, 한국 관련 정보 접촉 채널
종합 분석	<ul style="list-style-type: none"> ○ 분야별 국가이미지의 강점/약점 분석 ○ 국가별 시사점 및 커뮤니케이션 가이드라인 도출

- 국내외 전문가 대상 국가이미지 심층 조사 정례화(해외문화홍보원)
 - 재외문화원·문화홍보관을 통한 현지 언론 및 전문가 대상 조사, 국내 상주외신 대상의 국가이미지에 대한 심층 분석 실시
 - 국내외 한국 전문가 대상 국가이미지에 대한 심층 분석을 통해 정량 연구의 한계 보완 및 시사점 도출

2 한국문화 전반으로 한류의 외연 확대

◇ ‘한류의 외연 확대’를 위해 기초예술 분야를 중심으로 기관 간 협업에 기초한 해외 진출 방안 모색

2-1. 기초예술 분야 중심의 지원사업 확대

□ 문학

구분	기존	추진 방향
①교류	-한국문학의 대외적 인지도 저조	-작가 교류 및 파견 확대를 통한 한국문학의 대외적 인지도 제고
②번역	-한국문학 전문번역 미흡	-한국문학 번역 및 출판지원 확대
③유통	-현지 군소 출판사의 유통으로 한국문학의 해외 시장 노출 부족	-언어권별 유력 출판사 발굴 및 제휴 -기관 간 협업을 통한 마케팅 강화

- 한국문학 **쌍방향 교류 토대 강화**(한국문학번역원, 한국문화예술위원회)
 - 문화원, 코리아넷 취재, 외신 취재지원을 통한 해외홍보를 강화, 서울국제작가축제, 동아시아 문학포럼을 세계적 문학축제로 육성
 - * 서울국제작가축제(문학번역원): 해외 작가 20여명 초청(격년 → '18년 이후 매년)
 - 동아시아문학포럼(문화예술위원회·대산문화재단): 3개국 문인 30여명 초청
 - 기획형 해외 레지던스의 지속 발굴·확대를 통한 한국 작가들의 해외 창작 및 네트워크 확대(한국문화예술위원회)
 - * 미국 아이오와대학교 국제창작프로그램(IWP), 영국 노리치 작가센터 등
- 한국문학의 **외국어 번역 및 출판 지원 확대**(한국문학번역원)
 - 해외 전문번역가 초청 확대* 및 레지던스 시설 확보('18년 이후)
 - * 전문번역가 초청 인원: '17년 10명 → '22년 30명
 - 신규 완역지원 비중과 출판지원 대상을 확대하고*, 기존 해외 진출 시도가 적었던 중견·신진작가의 해외진출 기회를 확대
 - * '신규 완역지원('17년 35% → '22년 50%), 출판지원('17년 120건 → '22년 150건)

- 현지 유통망을 갖춘 언어권별 **유력 출판사 발굴 및 제휴**를 통해 한국문학의 해외 유통 지원(한국문학번역원)
 - 펭귄 클래식(미국), 갈리마르·세이유(프랑스), 헤이본샤(일본) 등 유력 출판사와의 업무협약을 통해 대표 한국문학 작품 출간
- 국제도서전 참가, 현지 출판사 연계 행사 개최를 통한 마케팅 강화 (한국문학번역원, 재외문화원, 세종학당재단)
 - **해외 한국문학 행사*** 개최 시 현지 문화원 네트워크를 통해 인근 2~3개 지역으로 확대하여 작가의 현지 노출도 제고
 - * 영국 독후감대회(6월), 중국 북경·상해문화원 한국문학 행사(8월), 프랑스문화원 브리브 도서전(11월), 독일문화원 프랑크푸르트 도서전(10월)
 - 세종학당 수강생들과 연계한 해외독자 대상 한국문학 독후감대회 개최를 통해 한국문학의 독자층 확대에 기여

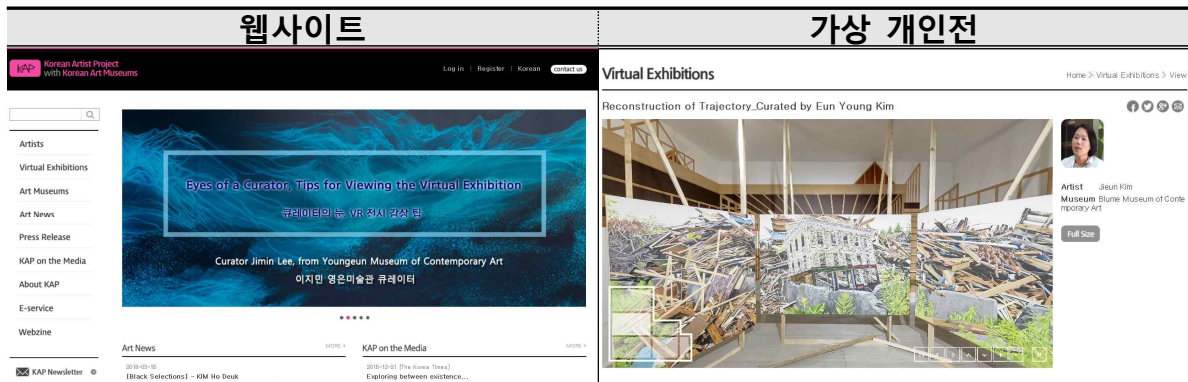
□ 시각 예술

구분	기존	추진 방향
①지원체계	-지속적 정부지원에도 해외 판매가 정체되는 등 제한적 성과	-중소화랑 및 해외기관 협업 활동에 대한 체계적 지원 강화
②정보제공	-한국미술에 대한 이론적 이해 및 번역 기반 부족	- 해외 유력 출판사와의 제휴 를 통한 한국미술의 담론 활성화, 번역서 발간
③홍보	-한국미술의 대외적 인식 저조	-해외 온라인 플랫폼 활용 및 기관 간 협업을 통한 해외홍보 강화

- 중소화랑, 해외기관 협업을 통한 전시 지원 확대(예술경영지원센터)
 - 매출액 1백억 원 미만 **중소화랑의 해외 아트페어 참가지원 강화**
 - 해외기관이 한국작가를 초청하거나, 미술관·한국화랑 및 기획자 등이 해외기관과 한국작가 전시를 개최할 경우 비용 지원('18년~)

- 해외 유력 출판사 협업을 통한 한국미술의 인지도 제고
 - 세계적 미술전문 출판사인 '프레스텔'(영국)과 협력하여, 한국미술 소개 영문자료집 제작(예술경영지원센터)
 - 한국문학번역원의 언어권별 유력 출판사 네트워크를 활용하여, 한국미술 사조, 전문 용어에 대한 번역서(영어, 중국어, 일본어) 발간
- '더아트로', '코리안 아티스트 프로젝트' 등 한국 현대미술 온라인 플랫폼의 대외적 인지도 제고를 위한 기관 간 연계 홍보 강화 (해외문화홍보원, 재외문화원, 한국문화예술위원회, 예술경영지원센터)
 - 문화원 홈페이지 및 SNS, 정부 대표 온라인 포털 '코리아넷'에 관련 코너 신설을 통한 협력 홍보 강화
 - '코리안 아티스트 프로젝트'의 VR 기반 '가상 개인전' 서비스, QR 코드 기술 등을 활용한 문화원별 한국작가 연계 홍보 추진

< 코리안 아티스트 프로젝트(koreanartistproject.com) >



- 공예 분야 해외 마켓 및 박람회 참가와 연계, 주재국 문화원을 활용한 순회전시 추진(한국공예디자인문화진흥원, 재외문화원)

< 현지 문화원 활용 후속 전시 추진 행사 >



□ 공연 예술

구분	기존	추진 방향
①사업기획	-해외 순회사업 추진 시, 지역별 특성에 대한 고려 미흡	-유관기관, 전문가 참여 자문위원회를 통한 지역별 맞춤형 전략 수립
②지원체계	-단년도 사업에 따른 사업기획 제한	-2개년도 전 조기 공모 실시
③네트워크	-공연예술 축제와 마켓의 별도 개최로 네트워크 형성에 한계	- 관련 행사의 연계 개최 , 협력 홍보를 통한 네트워크 구축의 폭 확대

○ 한국 공연의 체계적 해외 진출 지원 여건 조성

- 권역별 순회 사업 추진 시 전문가가 참여하는 **자문위원회**를 통해 **권역별·문화원별 전략 사전 수립**(한국국제문화교류진흥원)
- 해외 공연의 통상적 소요기간을 고려, 공모 사업* 시 **2개년도 전 조기 공모 실시**(한국국제문화교류진흥원, 예술경영지원센터)

* 공연예술 전략적 해외진출 지원(10억), 우수 프로그램 권역별 순회 사업(12억)

○ 관련 행사 연계 개최를 통한 사업효과 제고

- 공연예술 '**축제**'(서울국제공연예술제, 9.6억) - '**마켓**'(서울아트마켓, 5억)의 **통합 운영**으로 행사 간 **네트워크 결합** 도모(예술경영지원센터)
- 서울아트마켓 우수작품 쇼케이스를 서울국제공연예술제 전막 공연 등으로 활용, 문화원 '**K-컬처 서포터즈**'(해외 네트워크) 활용한 초청자 선정 및 현지 연계홍보
- South by Southwest(미국 오스틴), The Great Escape(영국 브라이튼) 등 유력 음악마켓에 유관기관 협업을 통한 **공연예술 해외 진출 지원**(한국콘텐츠진흥원, 예술경영지원센터)

* 참여기관 역할 분담을 통해 선정단체 대상 참가비 지원 외에도 홍보, 프로모션, 컨설팅, 한국특집 행사 개최 등 단계별 지원

○ 공연예술 분야 해외 레지던스 발굴·확대를 통한 한국 예술가들의 해외 창작 및 네트워크 확대(한국문화예술위원회)

* 국제예술 공동기금 프로젝트와 연계, 영국 더플레이스(무용), 덴마크 오딘씨어터(연극) 등 신규 레지던스 지원 등 총 8개국 8개 기관에 9명 파견

2-2. 한국문화 해외 진출 기반 조성

□ 해외 네트워크 구축

- 문화·예술 분야의 세계적 큐레이터 또는 비평가를 국내에 초청, 한국 문화를 집중 소개하는 워크숍 개최(해외문화홍보원)
 - 해외문화홍보원의 기존 초청 사업을 유관기관과의 협업을 통해 전면 개편, 분야별 연수 프로그램을 기획하여 추진
 - * 추후 관계기관과의 협의를 거쳐 **초청 분야 확대**
 - 초청 인사와 장기 네트워크를 형성하고, 한국 문화·예술 분야의 관련 정보를 제공하는 **사후 관리 체계 구축**



- 대표적 해외 문화예술지원기관과 국제 매칭펀드를 조성, 문화예술 강국과의 협력 프로젝트 추진(한국문화예술위원회)
 - 협력 국가에 한국 예술의 우수성을 집중 홍보하고, 해외 예술가·예술단체와의 협업 지원을 통해 국제 네트워크 확대

구분	협력국가(기관)	주요 내용
2017 -2018	독일(주한 독일문화원)	- 하이델베르크 페스티벌 한국주간 행사 지원 - 연출가 토마스 오스터마이어 초청 워크숍 추진 등
2018 -2019	덴마크(덴마크공정청)	- 덴마크 사전리서치 지원 - '한-덴 예술의 해' 및 교류사업 추진

□ 문화 분야 인재 해외 진출 지원

- 국제문화교류 전문인력을 해외 거점에 파견하여, '차세대 예술경영 전문인력'으로 양성(한국국제문화교류진흥원)
 - 파견 규모를 확대하고 파견기관을 문화원 외의 현지 기관으로 다양화하여*, 문화예술 프로그램 기획 및 현지 리서치 수행
 - * '18년 13명 → '22년 50명 / 문화원 → 문화예술 기관, 축제, 공연장 등 확대
- 뉴미디어 기반의 매체환경 변화에 대응하여, 재외문화원 대상 기획영상 제작 인력을 파견하는 문화PD 사업 확대(한국문화정보원)
 - * '18년 10명 → '22년 60명 / 거점 문화원에는 복수 파견
 - 현장 중심의 글로벌 인턴십 프로그램을 운영하여, 재외문화원을 미디어 분야 청년 인재의 '해외 진출 교두보'로 활용
 - 현지 맞춤형 영상 콘텐츠를 제작, 한국·한국문화의 매력을 유튜브, 페이스북 등 누리소통망(SNS)을 활용하여 온라인 홍보
- 한국문학 번역·출판 전문인력의 체계적 육성(한국문학번역원)
 - 한국문학번역원 번역아카데미와 해외 대학 간 학점교류* 및 원어민 번역가 발굴을 위한 초청연수 추진(해외 10여개 대학)
 - * '18년 2~3개 대학(독, 서) → '22년 5개 언어권 확대(영, 불, 독, 서, 러)
 - 번역아카데미를 수료한 신진 인력의 전문 번역가 양성을 위해 해외 출판인 초청 강연, 멘토 프로그램 등 고급 양성과정 운영
 - 해외 유력 문학 에이전트와의 협력 네트워크 구축
 - * 한국문학 번역 직접협력 확대('17년 영어, 불어권 5개사 → '22년까지 10개사) 및 국내 출판사의 해외 에이전트와의 협력사업 활성화 환경 조성 등

□ 한국문화 핵심 콘텐츠인 '한국어'의 국제적 저변 확대

< 세종학당의 증장기 운영 목표 >

구분	'18년 현황	'22년 목표
세종학당 수강생 수	6만 명	9만 명
세종문화아카데미 및 문화인턴 파견자 수	15개소 21명	50개소 50명

- 세종학당의 한국어 교육 품질 개선
 - 한국어 교원 자격증을 소지한 전문교원의 해외 파견을 단계적으로 확대하여 한국어 교육의 전문성 강화
 - 해외 한국어 교육 관계자 간 교류와 학습의 장인 '세종학당 지역별 워크숍'을 개최, 한국어 및 한국문화 교육 활동 역량 제고
 - * 재외문화원의 현지 언론 및 SNS 홍보, 문화원에 파견된 문화PD 지원 추진
- 세종학당의 한국문화 홍보 및 문화교류 역할을 대폭 강화하여 '작은 문화원'으로서의 기능 확대
 - 세종학당의 한국문화 체험·강좌 프로그램인 '세종문화아카데미'를 확대하여 세종학당의 문화교류 기능 강화
 - 세종문화아카데미의 안정적 운영 및 청년 해외진출 기반 마련을 위해 관련 전공자로 구성된 문화인턴 파견 확대
- 콘텐츠 신규 제작을 통한 학습지원
 - 세종학당의 온라인 교육 서비스인 '누리-세종학당'의 영상 콘텐츠 (매년 10편 이상) 및 모바일 학습 콘텐츠의 지속 확대
 - 관광공사의 한국소개 자료를 활용, 여행 한국어 부교재를 개발하여 한국어 및 한국문화에 대한 이해 제고

3

재외문화원을 한류 확산의 전진기지로 육성

- ◇ 재외문화원의 한류 확산 프로그램 확충, 성과 중심 운영 기반의 내실화 및 시설 개선을 통해 해외 진출의 거점 역할 수행

3-1. 재외문화원 운영 프로그램 다양화

□ 다변화: 대표 사업 모델을 기획, 다양한 한국문화 소개

- 해외 진출 활성화 협의회 참여기관과 협력, 재외문화원에서 활용 가능한 ‘프로그램 은행’ 구축 및 운영

* 재외문화원장 회의(연 1회) 및 행정지원시스템을 통한 문화원 우수사례 공유

- 국내외에서 검증 받은 우수 전시·공연 등 프로그램을 선정하고 예술가·예술단체의 명단 및 목록 구성, 문화원 사업 기획에 활용

<재외문화원 활용 가능 기관별 프로그램>

국립무용단 “묵향”	국립오페라단 “천생연분”	공진원 “우수문화상품 전시”
		
한복의 미학 및 선비정신을 표현한 공연	한국의 전통혼례를 소재로 한 창작공연	한국의 문화적 가치를 담은 우수문화상품 전시

- 국내에서 전문가를 통해 다수 문화원에 적용 가능한 우수 사업 모델을 개발하여 문화원에 지속 보급
 - 해외문화홍보원에서 사업 모델을 담은 가이드라인을 제공하고, 문화원별로 여건에 맞게 적용
 - 성과가 높은 기획 사업들을 중심으로 사업별 비아이(BI, Brand Identity)를 제작·활용, 사업 브랜드화 및 각종 홍보에 활용

□ 효율화: 권역별 협업을 통한 사업 효율성 제고

- 동일 권역 내 문화원들을 대상으로 순회 전시·공연을 개최하여 한국의 다양한 문화예술을 효과적으로 소개
 - 사업 추진에 소요되는 초청비, 운송비 등 부대비용을 절감하여, 저비용으로 다양한 한국문화 소개의 장 마련

< 주요 권역별 협력 사업('18년) >

사업명	주요 내용	참여기관
재즈코리아 페스티벌	유럽 내 인지도가 부족한 한국의 재즈를 현지인들에게 소개	유럽 8개소 (영국, 독일, 벨기에, 이탈리아, 헝가리, 카자흐스탄, 스페인, 터키)
한인 예술가 협력 소개 프로그램	문화원 간 한인 예술가 풀(pool)을 조성, 지역 순회공연 추진	유럽 6개소 (헝가리, 스페인, 독일, 프랑스, 벨기에, 이탈리아)
인형극 초청	유소년을 위한 인형극 단체를 초청, 공연 및 워크숍, 한국 전래동화 소개	아프리카·중동 4개소 (UAE, 이집트, 나이지리아, 남아프리카공화국)
한복 패션쇼	한국 인기 드라마의 극중 의상을 중심으로 세미나와 한복패션쇼 개최	미주 2개소 (LA, 멕시코)

- 한류 빅데이터 분석, 해외한류실태조사 등 지역별 기초조사 및 현지 권역별 문화원장 회의와 연계, 사업 기획 및 실적 점검

□ 현지화: 지역별 여건에 기초한 '특화 사업' 개발

- 한국문화 수요 등 주재국 현지 여건에 부합하는 '킬러콘텐츠'를 개발하여 문화원별 특화사업 진행
 - 사업성과와 문화원 핵심역량을 고려한 대규모 프로젝트 사업이 문화원의 대표 브랜드 사업으로 정착될 수 있도록 집중 지원
 - * △음악(영국, 독일), 공연(워싱턴), △영화(LA, 러시아), △사진(헝가리, 멕시코), △태권도(뉴욕), △케이팝(동경), △종합문화행사(UAE, 인도네시아, 폴란드) 등
- 현지 예술계 및 문화기관과의 공동 기획사업 및 양국 교류전 및 한국 문화·예술·콘텐츠의 해외 진출 쇼케이스 사업의 비중 확대

3-2. 재외문화원을 성과 중심의 운영체제로 개편

□ 재외문화원 예산 및 인력 확대

- 경쟁 국가에 비해 열약한 재외문화원 예산 규모를 단계적 확충

* 개소 당 운영·사업비: '18년 18억 원 → '22년 35억 원

- 재외문화원 대상 전문 인력 파견* 및 자체 채용 확대

* 현재 32개 재외문화원의 행정직원은 총 261명이며, 이 중 전시·공연 큐레이터 등 전문인력은 31명(12%) → 향후 '22년까지 30% 수준으로 증가

<주요 국가와의 문화원 운영 현황 비교>

구분	개소 수(최초 설립)	개소당 운영인력	개소당 예산
한국	32개소(1979)	9명(본부파견 1명, 현지채용 8명)	17억 원
중국	27개소(1988)	15명(본부파견 10명, 현지채용 5명)	23억 원
일본	56개소(1940)	20여 명(본부파견 10여 명, 현지채용 10여 명)	26억 원
영국	191개소(1934)	90여 명(본부파견 40명, 현지채용 50여 명)	84억 원

□ 재외문화원 성과관리 강화

- 성과가 좋은 재외문화원의 '우수사례(Best Practice)를 공유'하는 시스템을 구축, 다른 문화원에 성과를 확산

* 재외문화원장 회의('18년 1월) 및 행정지원시스템을 통한 문화원 우수사례 공유

- 문화·홍보 분야 전문가들로 컨설팅 그룹을 구성(학계, 현장 등), 성과가 낮은 문화원에 대한 '맞춤형 평가컨설팅' 추진

- 문화원 방문자와 사업 참여자, 일반 국민 등을 대상으로 정기적 만족도 조사 실시(온·오프라인), 문화원 성과평가에 반영

- 환류 시스템 정비를 통한 성과평가의 실효성 증대

- 성과평가 결과를 다음 해 예산 배정, 행정직원에 대한 성과급 및 국내 연수 참여, 주재관 임기연장 심사 등에 적극 반영

□ 재외문화원 지원체계 고도화

- 재외문화원 활동지원 및 관리 기반인 각종 규정을 지속적으로 정비·보급, 체계적·효율적인 문화원 운영을 지원
- 재외문화원 행정지원시스템을 예산·회계, 인사·물품, 전자결재, 커뮤니케이션 기능 등을 포함한 통합적 시스템으로 고도화
 - * 문서작성·보관 등 기록물 운영관리 시스템을 정부 전산망 수준으로 보완
- 문화원장 부임교육, 행정직원 교육(연 1회), 문화원장 회의(연 1회) 계기 직무역량 강화 및 공직관 함양을 위한 교육 강화
 - 회계처리 등 행정 실무, 전시·공연 유관기관과의 교류·협력 지원, 전문가 강의 등 전문성 향상 프로그램 제공

3-3. 재외문화원의 인프라 확충 및 다기능화

□ 재외문화원 국유화를 통한 시설 개선

- '22년까지 임차건물을 사용 중인 문화원 8개소를 단계적 국유화 ('건물매입' → '리모델링 및 이전'의 2개년 사업으로 추진)
 - 명실상부한 한류 전진기지로서의 기능 수행을 위해 기준 면적을 상향(1,000㎡→2,000㎡)하고 전문 문화시설 수준의 공연장·전시장 조성
 - * 접근성, 상징성, 공간활용도, 자산 가치 등을 종합적으로 고려하여 건물 선정
 - 건물매입 후 한국적 디자인이 반영된 공간으로 리모델링

< 연도별 국유화 계획 >

구분	2018	2019	2020	2021	2022
매입	필리핀	러시아	베트남	카자흐스탄	오사카
리모델링 및 이전	헝가리 브라질 아르헨티나	필리핀	러시아	베트남	카자흐스탄

□ 다양한 한국문화 체험의 장 마련

- 재외문화원에 문화·예술·콘텐츠·관광 등 분야별 콘텐츠를 다양한 방식으로 체험할 수 있는 **한국문화 체험관 조성**
 - 한국공예디자인문화진흥원, 한국관광공사 등과 협업, 홀로그램, 쌍방향(인터랙티브) 미디어 등 문화기술(CT)을 활용한 콘텐츠 확충
 - 현지 수요, 지역배분을 고려하되 신설·국유화 문화원에 우선 추진

<한국문화 체험관 운영 사례>



□ 권역별 코리아센터를 통한 다기능 서비스 제공

- 뉴욕, 파리 코리아센터를 건립, 문화원, 관광공사, 콘텐츠진흥원 세종학당, 저작권위원회를 공동 입주시켜 원스톱 서비스 제공
 - * 현재 파리 코리아센터('18년), 뉴욕 코리아센터('20년) 건립 추진 중
- 영국, 인도네시아 등 거점지역 문화원의 코리아센터 전환 검토, 문화·예술, 콘텐츠, 관광 산업의 진출 교두보로 육성('19년~)



4

관계기관 간 협업을 통한 사업의 효과성 확보

- ◇ 해외 진출 유관기관 간 자원 공유 및 공동 기획 사업을 추진하여 운영상의 효율성 및 사업 효과성 제고

4-1. 해외 진출 추진체계 정비

□ 기관 간 협업: 유관기관 네트워크 구축

- 해외 진출 사업의 현안 논의 및 협업사업 발굴을 위해 유관기관 기관장들이 참여하는 '해외 진출 활성화 협의회' 운영('17년 10월~)
 - * 참여 기관(총 11개): 해외문화홍보원, 세종학당재단, 한국국제문화교류진흥원, 한국문학번역원, 공예디자인문화진흥원, 예술경영지원센터, 문화예술위원회, 저작권위원회, 영화진흥위원회, 콘텐츠진흥원, 한국관광공사
- 유관 기관 실무 특별 전담팀(TF)을 정기 운영하여 협업사업의 구체화 및 상시적 정보 공유의 장으로 활용

※ 해외 진출 활성화 협의회 추진경과

- 제1차 협의회 개최('17.10): 기관 간 현안 공유, 협업 사업 제안
- 제2차 협의회 개최('18.1): 해외 진출 추진전략 보고 및 기관별 검토
- 실무 특별 전담팀(TF) 운영('17.11~'18.4 / 총 4회): 추진전략 도출, 협업사업 구체화

□ 민관 협업: 현장의 목소리에 공동 대응

- 문학, 영화, 공예, 한복, 공연, 국악 등 분야별 전문가로 구성된 민간 자문위원회를 구성('17.12월~)
 - '해외 진출 활성화 협의회'와 연계하여, 현장의 문제의식 공유 및 해외 진출 지원 사업의 비전과 방향 제시
- 협의회 참여기관들의 민관 협업사업 및 복합 민원사항을 공유, 민간의 해외 진출 노력을 돕는 체계적 원스톱 서비스 제공
 - 민관 협업 사항을 협의회의 상시 안건으로 논의, 해외 진출 유관 기관들이 참여하는 '합동 정책 간담회' 추진(반기별)

□ 지역별 협업: 현지 협업시스템 제도화

- 국내에서 문화원장·문화홍보관 회의를 개최(연 1회), 사업 노하우 공유 및 협업사업 추진을 위한 유관기관과의 소통의 장 마련
- 인접 문화원들을 중심으로 권역별 문화원장 회의 개최를 정례화, 문화원 간 공통의 관심사와 협력 방안 논의
 - * 권역별 공연·전시 순회 사업 기획, 우수사례 공유, 공통 현안에 대한 논의 등
- 문화원, 관광공사, 콘텐츠진흥원, 영화진흥위원회, 저작권위원회 해외사무소 등 현지 유관기관 정례 협의체를 통한 협업 추진

해외 진출 지원을 위한 민관 협업체계



4-2. 기관별 자원 공유를 통한 효율성 제고

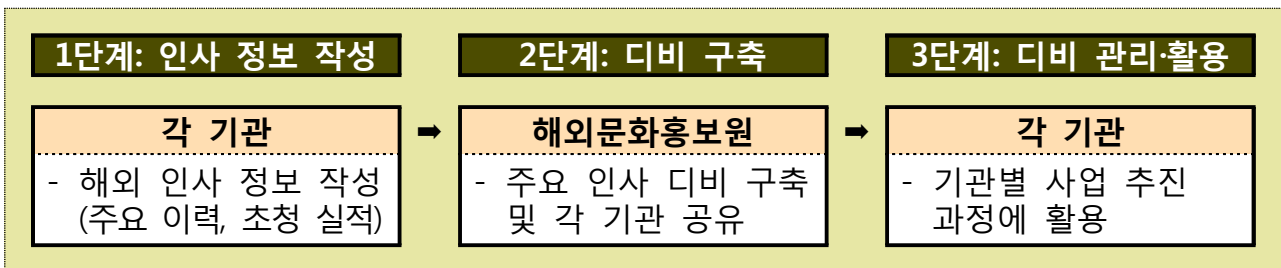
□ 인력 및 정보 공유

- 거점 지역의 문화원장이 지역별 해외 진출 플랫폼 기능을 총괄, 현지 문화원장 주재 유관기관 협의회를 통해 행정인력 지원

기관별 운영 인력

기관명	현황
해외문화홍보원	문화홍보 주재관 31개국 41명
한국콘텐츠진흥원	비즈니스센터 5개국 21명, 마케터 2개국 2명
한국국제문화교류진흥원	해외통신원 34개국 37명
영화진흥위원회	해외사무소 2개국 2개소(미국, 중국) 5명
한국저작권위원회	해외지사 4개국 4개소 15명
한국관광공사	해외지사 22개국 32개소, 주재원 78명 파견

- 각 기관의 초청 인사, 기관별 해외사무소 및 주재원 등을 취합, 현지 주요 인사 정보에 대한 디비(DB) 구축
 - 기관별 현지 네트워크에 대한 정보를 공유하여 해외 인사 초청, 해외 전시·공연 등 관련 사업의 효과성 제고

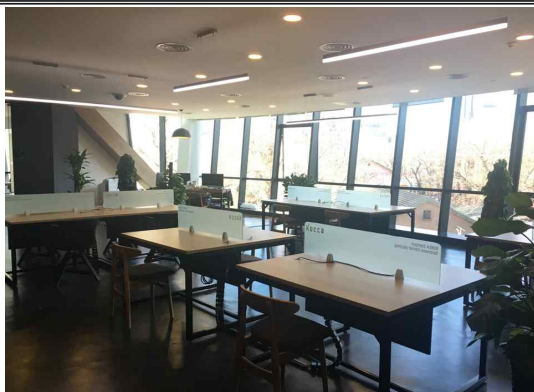


- 해외에서 개최되는 국가별 주요 행사 및 기관별 추진 행사 등을 사전에 공유하여, 다수 기관의 공동 참여 추진
 - 문화홍보 주재관 및 기관별 통신원 등의 해외 정보를 체계적으로 정리한 '국제행사 캘린더'의 제작 및 공유
 - 3개년도 이상 문화행사 수요를 사전에 파악, 사업기획에 활용

□ 인프라 공동 활용

- 재외문화원 내 공간 및 문화원과 제휴하고 있는 현지 대표 문화 예술기관들을 활용, 분야별 문화 콘텐츠의 해외 진출 지원
 - 문화원별로 현지 주요 박물관, 미술관, 공연장 등과 제휴 관계를 구축하고, 유관기관에 관련 정보 공유
- 재외문화원, 해외 비즈니스센터 등 해외 거점 기관의 주요 시설을 공동 활용하여, 해외 진출 사업을 효율적으로 집행
 - 기관별 해외 지사의 유휴 공간을 활용한 협업형 세종학당 운영
 - * 현재 한국관광공사 싱가포르지사(코리아플라자)에서 세종학당 시범 운영 진행
 - 해외저작권사무소가 부재한 인도네시아, 멕시코, 브라질 문화원에 저작권 전문가를 파견, 저작권 보호활동 추진
 - * 재외문화원 파견 전문가(IP-Concierge) 대상 사무공간, 공무비자 등 행정 지원
 - 북경, 심천, 동경, LA, 런던, 자카르타 스마트 오피스를 활용하여 유관기관에 인터넷, 통역 서비스 제공(한국콘텐츠진흥원)

한국콘텐츠진흥원 해외사무소 내 스마트 오피스



- 한류 확산으로 현지 수요가 증가하는 신흥국가 대상 '22년까지 비즈니스센터(마케터) 5개 확충(한국콘텐츠진흥원)
 - 사무 및 전시공간 지원, 현지 바이어 및 유통사와의 연계, 법률, 세무 등 전문 상담, 통번역 및 현지정보 등 종합 지원

IV. 추진일정

주요 추진과제		기관	일정
과제1	지역 다변화를 통한 세계 속 한류 확산	-	-
1-1 아세안: '상호 이해'를 지향하는 문화협력 강화		-	-
▸ 인도네시아 코리아센터, 말레이시아 문화원 건립	해외문화홍보원	'20년~	
▸ K-콘텐츠 엑스포 내 분야별 홍보존 운영	한국콘텐츠진흥원 등	계속	
▸ 아세안 3개국 '상호문화교류의 해' 추진	문체부 국제문화과 해외문화홍보원 등	'19년~'22년	
▸ 아세안 국가 대상 문화예술교육 ODA 추진	문체부 국제문화과	계속	
1-2 러시아-CIS: 미래 세대 문화교류를 위한 기반 형성		-	
▸ 우즈베크 한국문화예술의 집 건립	해외문화홍보원	'18년	
▸ '2020 한-러 상호 문화교류의 해' 추진	문체부 국제문화과 해외문화홍보원 등	'20년	
▸ 2018 러시아 월드컵 개최 계기 'Feel Korea' 개최	한국국제문화교류진흥원	'18년	
▸ 모스크바 국제 도서전 참가 지원	한국문학번역원 러시아문화원	'18년	
1-3 지역별 전략 연구 및 조사 확대		-	
▸ 한류 빅데이터 정보시스템 구축 추진	해외문화홍보원	'19년~	
▸ '해외한류실태조사'의 조사범위 확대	한국국제문화교류진흥원	'19년~	
▸ 대한민국 국가이미지 조사 추진	해외문화홍보원	계속	
과제2	한국문화 전반으로 한류의 외연 확대	-	-
2-1 기초예술 분야 중심의 지원사업 확대		-	
▸ 서울국제작가축제, 동아시아 문학포럼 개최	한국문학번역원	'18년~	
▸ 해외 전문번역가 초청 확대, 레지던스 시설 확보	한국문학번역원	'18년~	
▸ 해외 레지던스 프로그램 예술가 파견	한국문화예술위원회	계속	
▸ 유력 출판사 발굴 및 제휴	한국문학번역원	'18년~	
▸ 해외 한국문학 행사 확대 개최	한국문학번역원, 재외문화원	'18년~	
▸ 중소화랑의 해외 아트페어 참가지원 강화	예술경영지원센터	'18년~	
▸ 해외기관 협업에 대한 전시 지원 확대	예술경영지원센터	'18년~	
▸ 한국미술 소개 영문자료집 제작	예술경영지원센터	'18년~	
▸ 한국미술 담론 다국어 번역서 발간	예술경영지원센터, 한국문학번역원	'18년~	
▸ 한국 현대미술 온라인 플랫폼 연계 홍보 강화	예술경영지원센터, 해외문화홍보원		
▸ 공예 분야 문화원 순회전시 개최	한국공예디자인문화진흥원	'18년~	
▸ 권역별 순회 사업 자문위원회 운영	한국국제문화교류진흥원	'19년~	
▸ 서울국제공연예술제-서울아트마켓 통합 개최	예술경영지원센터	'18년~	
2-2. 한국문화 해외 진출 기반 조성		-	
▸ 해외 주요인사 초청 사업 개편 추진	해외문화홍보원, 한국문학번역원 등	'18년~	
▸ 국제공동기금 프로젝트 추진	한국문화예술위원회	'18년~	
▸ 국제문화교류 전문인력 파견기관 다변화	국제문화교류진흥원	'19년~	
▸ 해외 문화PD 사업 확대	한국문학정보원	'19년~	

주요 추진과제	기관	일정
<ul style="list-style-type: none"> ▸ 번역아카데미-해외 대학 간 학점교류, 초청연수 ▸ 해외 유력 문학 에이전트와의 협력 네트워크 구축 ▸ 전문교원의 해외 세종학당 파견 확대 ▸ 세종학당 지역별 워크숍 개최 ▸ 세종문화아카데미 및 문화인턴 확대 ▸ '누리-세종학당'의 콘텐츠 확충 	한국문학번역원 한국문학번역원 세종학당재단 세종학당재단 세종학당재단 세종학당재단	'18년~ '18년~ '18년~ 계속 '18년~ '18년~
과제3 재외문화원을 한류 확산의 전진기지로 육성	-	-
3-1 재외문화원의 사업구조 개선	-	-
<ul style="list-style-type: none"> ▸ '프로그램 은행' 구축 및 운영 ▸ 재외문화원 기획사업 추진 및 BI 개발 ▸ 권역별 협업 사업 및 문화원별 특화 사업 추진 ▸ 재외문화원 예산 규모 확충 ▸ 재외문화원 전문 인력 파견 및 자체 채용 확대 ▸ 재외문화원 맞춤형 평가컨설팅 추진 등 ▸ 재외한국문화원·문화홍보관 운영 세부지침 개정 ▸ 재외문화원 행정지원시스템 고도화 ▸ 직무역량 강화 및 공직관 함양 교육 강화 	해외문화홍보원 해외문화홍보원 해외문화홍보원 해외문화홍보원 해외문화홍보원 해외문화홍보원 해외문화홍보원 해외문화홍보원 해외문화홍보원	'18년~ '19년~ 계속 '19년~ '18년~ '18년~ '18년~ '18년~ '18년~
3-3 재외문화원의 인프라 확충 및 다기능화	-	-
<ul style="list-style-type: none"> ▸ 재외문화원 국유화를 통한 시설 개선 ▸ 한국문화체험관 조성 ▸ 거점지역 코리아센터 전환 	해외문화홍보원 해외문화홍보원 해외문화홍보원	계속 '18년~ '20년~
과제4 관계기관 간 협업을 통한 사업의 효과성 확보	-	-
4-1 해외 진출 추진체계 정비	-	-
<ul style="list-style-type: none"> ▸ '해외 진출 활성화 협의회' 및 민간 자문위 운영 ▸ 문화원장·홍보관 회의, 권역별 문화원장 회의 등 	해외문화홍보원 해외문화홍보원	'17년~ 계속
4-2 기관별 자원 공유를 통한 효율성 제고	-	-
<ul style="list-style-type: none"> ▸ 현지 주요 인사 정보에 대한 DB 구축 ▸ 국제행사 캘린더 제작 ▸ 해외 비즈니스센터 신설 	해외문화홍보원 해외문화홍보원 한국콘텐츠진흥원	'18년~ '18년~ '19년~