

보도 일시	2022. 7. 20.(수) 11:00	배포 일시	2022. 7. 20.(수) 09:00
담당 부서 <총괄>	관광정책국 관광기반과	책임자	과장 홍지원 (044-203-2841)
		담당자	사무관 한승만 (044-203-2846)

## 실감 체험형 한국 관광홍보관 ‘하이커 그라운드’로 전 세계 청년세대 사로잡는다

- 7. 22. 한국이 건네는 반가운 인사+놀이터, ‘하이커 그라운드’ 개관 -

문화체육관광부(장관 박보균, 이하 문체부)는 한국관광공사(사장직무대행 신상용)와 함께 한국을 찾는 전 세계 관광객, 특히 청년세대를 사로잡기 위해 7월 22일(금), 한국관광공사 서울센터(중구 청계천로)에 실감 체험형 한국 관광홍보관 ‘하이커 그라운드(HiKR Ground, 이하 하이커)’의 문을 연다.

‘하이커 그라운드’는 ‘전 세계 관광객들에게 한국(KR)이 건네는 반가운 인사(Hi)’를 뜻하는 ‘하이커(HiKR)’와 놀이터(Playground)를 의미하는 ‘그라운드(Ground)’를 합친 말로서, 방한 관광객들을 반갑게 맞이하고 자유로이 즐기는 공간이라는 뜻을 담고 있다. 문체부와 한국관광공사는 기존 관광홍보관이던 ‘케이(K)-스타일허브’를 1년여간 새롭게 단장해 ‘하이커’를 선보인다. 특히 젊은 관광객들이 한류와 축제 등 관광 한국의 매력을 역동적으로 경험할 수 있도록 실감 체험형 콘텐츠를 중심으로 공간을 구성했다.

1층 대형 매체 영상부터 5층 관광안내센터까지 다양한 관광 체험, 전시 제공

1층에는 대형 미디어벽 ‘하이커 월(HiKR Wall)’을 설치했다. 이이남 작가가 강릉, 목포 등 5대 관광거점 도시를 주제로 창작한 ‘신(新)도시 산수도’를 비롯해 다양한 한국 관광, 한류 관련 영상 콘텐츠를 선보일 예정이다. 특히 1층 외부에서 영상을 본 통행객들이 호기심으로 자연스럽게 시설 내부로 들어올 것으로 기대된다.

2층에는 확장 현실(XR, eXtended Reality) 기술을 활용해 방문객이 직접 한류 콘텐츠를 체험·생산해 볼 수 있는 ‘케이팝 그라운드(K-Pop Ground)’를

구성했다. 자신만의 뮤직비디오를 기획·촬영할 수 있는 ‘마이 스튜디오’는 방문객들의 큰 인기를 끌 것으로 예상된다.

3층에는 ‘하이커 아트 뮤지엄(HiKR Art Museum)’을 마련해 대한민국 대표 예술가들이 한국 관광 대표 콘텐츠를 재해석하는 특별 기획전을 개최한다. 첫 번째 예술가는 권오상 작가로, 국내 5대 지역축제를 주제로 한 다양한 작품들을 전시할 예정이다. 전시체험공간인 ‘드라마틱 트립(Dramatic Trip)’에서는 한류 영상 콘텐츠에 등장하는 국내 관광지를 경험해 볼 수 있다.

4층에는 다양한 주제로 지역관광 콘텐츠를 생생하게 체험해 볼 수 있는 국내관광 다중(멀티)체험관을 만나볼 수 있다. ‘축제 체험관’에서는 ‘진주남강 유등축제’를 시작으로 대한민국을 대표하는 지역축제의 매력을 느낄 수 있고, ‘하이커 케이브(HiKR Cave)’에서는 관광거점도시와 웰니스 관광을 영상, 음향, 조명, 향 등을 통해 오감으로 체험할 수 있다.

5층에 조성한 ‘하이커 라운지(HiKR Lounge)’에서는 한·영·중·일 4개 언어로 관광 안내 서비스와 휴식 공간을 제공한다. 청계천을 볼 수 있는 테라스도 있어 방문객들의 주요한 교류·소통 공간이 될 것으로 보인다.

개관식(7. 22.)은 5층 ‘하이커 라운지’에서 열린다. 아울러 ‘하이커’를 적극 홍보하기 위해 7월 22일(금)부터 28일(금)까지 방문객들을 대상으로 다양한 행사와 공연을 진행할 예정이다.

### ‘하이커’ 관광홍보관이자 신개념 관광명소로 부상 기대

문체부 정책 담당자는 “‘하이커’는 관광홍보관이면서 그 자체가 신개념 관광명소가 될 공간”이라며, “앞으로 지자체와 예술계, 민간 등 다양한 분야와 협업해 한국을 방문하는 관광객들이 가장 먼저 찾는 명소로 발전시켜 나가겠다.”라고 밝혔다.

붙임 ‘하이커’ 주요 콘텐츠 구성 설명



- 1층(하이커 월) 한국문화관광을 소재로 한 실감 매체 콘텐츠 상영
  - (규모) 31.4m×5.12m
  - (주요 콘텐츠) 대표(시그니처) 콘텐츠, 시즌별 및 이벤트 콘텐츠 제작
  - (구성) 대형 미디어월을 활용한 높은 몰입감으로 건물 내부에 또 다른 세계가 들어와 있는 듯한 연출 및 구성

▶ 대표(시그니처) 콘텐츠 1 : 새천년 행진(밀레니얼 퍼레이드)

- 기획 : 전통과 첨단을 넘나들며 한복에서 하이패션까지, 고전적 소재부터 첨단 기술 기기까지 즐기는 세계 청년(MZ세대)들의 행진(퍼레이드)을 통한 한류 문화의 확산 및 세계화 표현



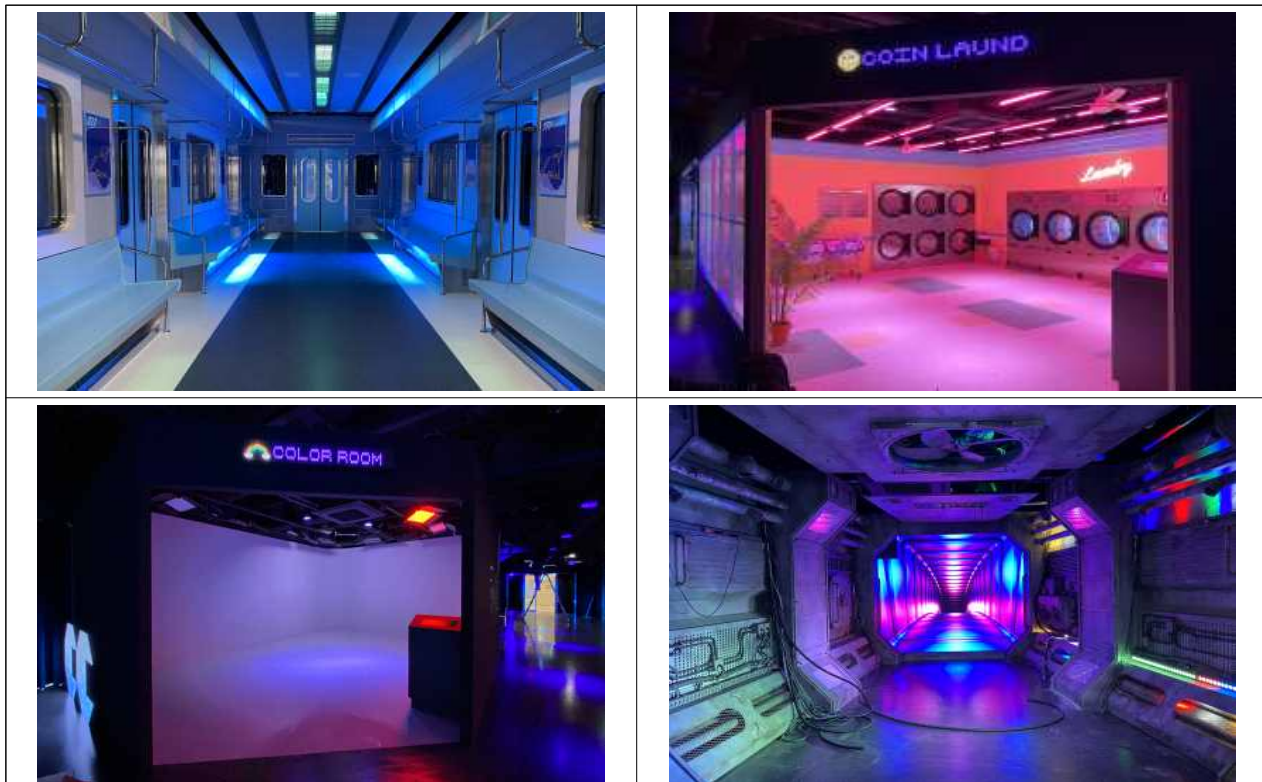


▶ 신(新)도시 산수도 - 매체 예술가(미디어 아티스트) 이이남

· 기획 : 동서양의 고전 회화에 디지털 기술을 더한 작업으로 5개 관광거점도시(목포, 부산, 전주, 안동, 강릉)를 작가의 시선으로 현대적으로 재해석해 <신(新)도시산수도>가 탄생



- 2층(케이팝 그라운드) 한류 주제 실감형 전시 체험 구역(5개 구역)
  - (콘셉트) 확장현실(XR) 기술을 활용한 생중계 스튜디오와 다양한 콘셉트의 케이팝 뮤직비디오 무대장치를 체험하며 직접 한류 콘텐츠를 생산할 수 있는 세계 한류 팬들의 놀이터
  - (내용) 케이팝 뮤직비디오의 배경이 될 수 있는 지하철(Subway), 무대(My Stage), 색채방(Color Room), 세탁방(Coin Laundry), 우주선(Space Ship) 구역으로 구성



▶ 확장현실(XR) 영상제작기술 활용 실감체험 스튜디오 : 체험자가 장면 편집해 만드는 나만의 뮤직비디오



\* 확장현실(XR) 무대의 엘이디스크린을 통해 한국 전통, 관광지 등 한국적 조형미와 한국 관광 홍보





- 3층(하이커 아트리움) 한류 대표콘텐츠 활용 가변형 전시 체험공간
  - (내용)한류를 표현한 예술가 협업 전시 및 매체 디스플레이를 활용한 연출
  - (전략) 유력 콘텐츠 보유 기업과의 협업을 통한 전시공간 연출

▶ 하이커 예술 미술관(아트 뮤지엄) : 국내 대표 예술가와 한류, 지역축제를 연결해 재해석하는 국내 최초 한류+축제 주제 미술관, 첫 번째 협업 예술가는 권오상 작가



▶ **Dramatic Trip** : 드라마, 예능 등 한류 콘텐츠 지식재산(IP)을 활용한 주요 실물 전시, 한류 콘텐츠 주요 촬영지, 음식, 복식문화 등을 디지털 영상 정보로 제공

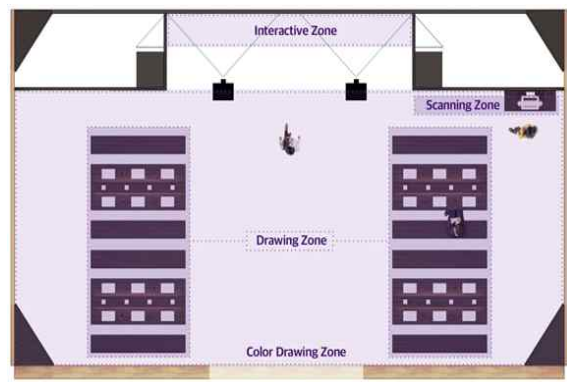


- 3-4층(하이커 타워) 3-4층 보이드 공간, 900×900×6,600mm
  - (전략) 1층 미디어월과 함께 청년(MZ)세대가 선호하는 콘텐츠에 대한 인스타그램에 올릴만한 매체예술을 제공하고, 브랜드 정체성을 표현함으로써 공간 통일성 부여
  - (내용) 상하부 반사체 적용 및 수직 수평적 매체 탑 설계로 가시성 및 관람 시점 확장



- 4층(축제 체험관)
  - (컨셉트) 국내 5대 축제\*를 만나는 아날로그와 디지털융합(디지로그) 체험공간 재현
    - \* 5대 축제: 김제지평선축제, 화천산천어축제, 안동국제탈춤페스티벌, 진주 남강유등축제, 보령머드축제

▶ Fest Cube(축제 체험관) : 실감형 상호작용 예술, 색칠하기(컬러드로잉) 등 체험 중심



○ 4층(하이커 케이블) 청년(MZ) 여행객의 ‘치유’공간으로서의 국내 관광 체험공간

- (내용) 5대 웰니스 지역\* 및 5대 거점도시\*\*를 소재로 영상, 소리, 향, 조명 등을 통합적으로 구성한 오감 체험공간 (바람, 안개 등 부분적 활용)

\* 5대 웰니스지역 : 강원도 뮤지엄 산, 전남 순천 만습지 및 국가정원, 경남 산청 동의보감촌, 충남 태안 팜카밀레, 제주 서귀포 치유의 숲

\*\* 5대 거점도시 : 전주, 목포, 강릉, 부산, 안동



○ 5층(하이커 라운지)

- (주요 내용) 여행객들의 자유로운 소셜라이징 및 관광 정보 취득과 디지털 여행 도전 등의 재미있는 경험을 제공하는 교류의 장
- (주요 콘텐츠) 엘이디(LED) 파워글래스 연출 한국의 사계절, 청년 세대(MZ)들의 유쾌한 여행 참여와 공유를 이끌어낼 여행 도전 등

트래블라운지 디자인(안)

