

초대형 미디어월로 만나는 바다… 해진공, 해양문화 확대

국립해양박물관에 몰입형 공간 조성 가족 참여 ‘반응형 생태콘텐츠’ 제작 해양대와 ‘청소년탐험대’ 연례화

한국해양진흥공사가 국민 친화적 방식을 통한 해양정보 알리기에 나섰다. 초대형 전시공간을 조성하고 청소년 대상으로 탐험 행사도 정례화했다. 특히 최근 18m X 4m 규모의 ‘초대형 미디어월’ 및 ‘몰입형 전시공간’을 조성했다. 이를 통해, 바닷길의 역사부터 해양 생태계에 이르기까지 한눈에 경험할 수 있는 콘텐츠를 선보인다는 계획이다.

공사는 부산 영도구 소재 국립해양박물관에 디지털 해양 문화 콘텐츠를 마련하고, 체험형 전시 공간에 이를 구현했다고 밝혔다. 총 3억원의 사업비를 들여 지난달 하순 일반에 공개했다.

이 사업은 지난 2023년 두 기관이 협업해 선보인 미디어아트 전시 ‘시대를 향해 하다’의 성공에 이은 두 번째 프로젝트다. 해진공이 기획 단계부터 참여해, 자칫 어렵게 느낄 수 있는 해양역사·산업·미래가치를 어린이와 가족 단위 관람객의 눈높



국립해양박물관에 조성된 미디어월

/해진공

이에 맞춘 콘텐츠로 제작했다.

국립해양박물관 1층에 조성된 미디어월은 가로 18m·세로 4m 규모의 초대형 고해상도 발광다이오드(LED) 화면을 자랑한다.

‘바다는 인류와 세계를 연결하는 길’이라는 관점에서 바닷길의 변화와 해양의 미래를 한 편의 짧은 영상으로 풀어냈다. 바다가 인류와 세계를 연결해 온 길이라는 점에 착안했다. 과거 바닷길에서 운하를 통한 항로 개척, 북극항로까지 더 빠르고 효율적인 길을 찾아온 해양의 역사와

미래를 담았다.

아울러, 단순히 영상을 보는 데 그치지 않고 화면의 일부가 되어 바다와 교감할 수 있는 쌍방향 체험형 공간도 함께 마련했다. 미디어월 앞을 지나가면 센서가 관람객의 위치를 인식한다. 북극곰·북극여우 등 북극 생물이 관람객의 움직임에 따라 함께 이동하거나 반응하는 방식으로 구현된다.

3층 미디어 전시실에는 해양 생태계의 중요성을 알리는 테마 전시공간 ‘푸른 심장, 맹그로브’이 마련됐다. 해양 환경 보

호의 메시지를 한층 깊이 있게 전달하는 역할을 맡는다.

해진공은 이번 미디어월 전시가 해양산업을 지원하는 공공기관의 역할을 보다 친숙히 알릴 수 있을 것으로 예상했다. 특히 가족단위 방문객이 일상에서 바다의 가치와 가능성을 접할 수 있는 문화공간으로 활용되길 기대하고 있다.

안병길 해진공 사장은 “앞으로도 국민들이 일상 속에서 바다를 가까이 접할 수 있는 다양한 해양 문화 사업을 지속적으로 확대해 나가겠다”고 밝혔다.

공사는 또 지난달 3박4일간의 해양 탐험 행사도 개최했다. 이와 관련해 국립해양박물관에서 전국 청소년 80명이 참가하는 ‘2026 KOBC 바다이음 탐험대’ 발대식이 열렸다. 탐험대원 체험을 통해 청소년들은 교실을 벗어나 해양 환경과 과학 기술, 해양 안전, 해양산업 및 진로를 직접 경험할 수 있다. 미래 해양인재로 성장할 수 있도록 지원하는 해진공의 인재양성 사회공헌사업이다.

지난해 처음 시작된 이 프로그램은 생존 수영, 실습선 승선 등 현장체험 프로그램을 실시한다. 올해도 해양대의 전문인력 및 교육시설 등을 활용해 다양한 프로그램을 제공했다.

탐험은 해양 탐험과 해양 심화, 해양 실전, 해양 리더 완성 등 4개의 주제로 구성됐다. 올해 참가자들은 해양도시 부산과 해양산업을 이해하는 국립해양박물관 탐방을 시작으로, ▲생존 수영과 ▲해양안전 교육 ▲해양대 실습선 승선 ▲해양 과학기술 체험 ▲해양 생물 관찰 등을 체험했다.

/세종=김연세 기자

kys@metroseoul.co.kr



metro

수자원공사, 물기업 56곳과 해외 동반진출

‘해외 동반진출 네트워킹데이’ 개최 민·관 협력 해외 진출 전략 논의

한국수자원공사(K-water)가 기후위기 대응과 탄소중립 전환이라는 글로벌 산업 흐름에 발맞춰 국내 중소 물기업의 해외시장 진출을 돕기 위한 공공-민간 협력체계를 한층 강화하고 나섰다.

수자원공사는 지난 1일 대전 본사에서 ‘K-water 해외시장개척단’ 및 ‘아시아물위원회(AWC) 기업인연합회’ 회원사 등 국내 물기업 56개 사 관계자들을 초청해 ‘해외 동반진출을 위한 네트워킹데이’를 개최하고 글로벌 시장 진출 확대를 위한 협력 방안을 논의했다고 밝혔다.

최근 세계적으로 기후위기 극복을 위한 기술 수요가 급증하면서 글로벌 기후테크 시장은 오는 2032년 약 200조 원 규모로 성장할 것으로 전망된다. 이에 따라 물관리 효율화, 물 재이용, 디지털 물관리 시스템 등 고도화된 물 기술에 대한 해외 각국의 사업 기회도 크게 확대되는 추세다.

그러나 물 인프라 산업의 특성상 아무리 뛰어난 기술력을 갖추고 있더라도 초기 시장 진입 장벽이 매우 높다. 해외 현



윤석대 한국수자원공사 사장이 지난 1일 대전 본사에서 열린 ‘해외 동반진출을 위한 네트워킹데이’에서 개회사를 하고 있다.

/수자원공사

지에서의 기술 실증(테스트베드) 기회 확보와 실제 수요처 발굴, 현지 정부 및 기관과의 네트워크 구축이 사업 성공의 필수 요소로 꼽히기 때문이다. 이로 인해 공공기관과 대기업이 보유한 해외 인프라와 네트워크를 활용하는 ‘동반진출’ 방식이 중소 물기업의 해외 진출을 이끄는 핵심 해결책으로 주목받고 있다.

이에 수자원공사는 2018년부터 국내 물기업 68개 사가 참여하는 ‘해외시장개척단’을 운영해왔다. 해외 주요 기술 전시회 참가 지원, 무역사절단 파견, 현지 판로

개척 지원 등 다각적인 지원 정책을 펼친 결과, 지난 2025년 참여기업들의 총 수출 실적은 1166억 원을 기록했다.

이날 행사에서 공사는 추진 중인 주요 글로벌 사업 현황과 현지 사업 여건, 협력 가능 분야, 국내의 판로 지원제도를 상세히 소개했다. 특히 기업별 수출 역량 단계에 맞춘 맞춤형 지원 전략을 구축하고, 해외 현지에서 직접 기술을 검증할 수 있는 ‘글로벌 테스트베드’ 제공 기회를 대폭 늘리겠다는 중점 추진 방향을 발표했다.

/세종=한용수 기자 hys@

한식진흥원, 해외 한식당 협력 거점 확대

일반·소규모 협의체 4곳 추가 선정

한식진흥원이 ‘2026년 신규 해외한식당 협의체’를 추가로 선정했다고 밝혔다. ‘해외한식당협의체’ 지정은 해외 한식당 간 협력 기반을 확대하고 현지 한식 산업의 지속 가능한 성장을 지원하기 위해 추진돼 왔다.

이번 신규 모집을 통해 일반 해외한식당협의체 2개소와 소규모 해외한식당협의체 2개소 등 총 4개 협의체를 지정했다. 중국 베이징과 대만 타이베이 내 단체(식당들)가 ‘일반 협의체’에, 스페인 마드리드와 러시아 상트페테르부르크 내 단체가 ‘소규모 협의체’에 추가됐다.

해외한식당협의체는 해외 현지 한식당을 중심으로 구성된 민간 협력조직이다. 지역 내 한식당의 의견을 수렴하고 한식 산업 동향을 공유한다. 또 한식당 간 네트워크 구축 및 경쟁력 강화를 위해 다양한 활동을 수행한다.

한식진흥원은 지난 6월 18일부터 7월 20일까지 신규 해외한식당협의체를 공개 모



프랑스 파리 소재 한식당 ‘순그릴마레’

/한식진흥원

집한 바 있다. 관할 지역 내 한식당 30개 이상이 참여하는 일반 협의체와 한식당 5개 이상 30개 미만인 소규모 협의체로 구분해 신청을 받았다. 신청 단체를 대상으로 제출서류, 역량 등을 종합적으로 검토했다.

총 4개 지역의 단체가 새로 지정됨에 따라, 해외한식당협의체는 기존 20개국 27곳에서 22개국 31곳으로 늘었다.

특히 이번 신규 지정을 통해 중국과 대만 수도 지역의 한식당 네트워크를 강화하는 동시에, 스페인 수도와 러시아 제2도시까지 협력 기반을 확대할 수 있게 됐다.

/세종=김연세 기자

농촌의 내일, 솟품 109편에 담았다

농림축산부, 공모전 수상작 발표

농림축산식품부가 2일 ‘농촌공간계획 솟품 공모전’의 최종 수상작 10편을 발표했다. 이번 공모전 대상은 조화로운 농촌의 모습을 발랄한 뮤직비디오로 표현한 ‘촌에 살고 품에 산다’가 차지했다.

공모전은 농촌공간계획이 만들어갈 농촌의 미래를 국민의 시선으로 담아내기 위해 마련됐다. 농식품부와 한국농촌계획학회, 한국농어촌공사가 함께 주관했다.

지난 5월 18일부터 7월 24일까지 진행된 접수에는 총 109편의 작품이 출품됐다. 참가자의 60%가량이 10~30대로 젊은 세대

의 호응이 특히 두드러졌다. 10대 학생팀부터 자녀와 함께 출품한 가족 단위 참여까지 이어지는 등 농촌의 미래를 살아갈 세대가 직접 농촌 공간의 내일을 그려냈다는 점에서 의미가 크다.

전환형농식품부농촌정책국장은 “이번 공모전을 통해 젊은 세대의 시선으로 바라보는 농촌의 매력과 가능성을 확인할 수 있었다”며 “앞으로도 국민이 참여하고 공감할 수 있는 방식으로 농촌공간계획을 홍보해 나가겠다”고 밝혔다.

수상작 10편에는 대상 1편(농식품부장관 상·300만 원)을 비롯해 도합 1200만 원의 상금과 상장이 수여된다. /세종=김연세 기자

주말 낮에 가전 돌리면 전기료 감면

한전, 1kWh당 100원 캐시백 적립

태양광 등 재생에너지 발전량이 풍부한 주말 낮 시간대로 가정의 전력 사용을 유도하기 위해 전기요금을 깎아주는 캐시백 제도가 도입된다.

한국전력(한전)은 지정 시간대에 스마트가전을 사용하면 캐시백을 제공하는 ‘스마트가전 캐시백’ 시범사업을 9월~10월 두 달간 시행한다고 밝혔다.

최근 봄·가을철 주말 및 공휴일 낮 시간

대는 전력 수요가 적은 반면 태양광 발전량은 급증해 전력 공급 과잉불급 현상이 발생할 가능성이 커졌다. 이에 한전은 산업용에 주로 적용되던 수요관리 방식을 주거 부문으로 확대해 전력 사용 시간을 재생에너지 발전량이 많은 낮 시간대로 이동시키는 정책을 추진한다.

이번 시범사업의 적용 시간대는 9~10월 주말과 공휴일 오전 11시부터 오후 2시까지다. 대상 가전은 삼성전자와 LG전자의 세탁기, 건조기, 식기세척기, 의료관리

기 등 4종이다.

가전사 앱 플랫폼(스마트싱스·씽큐)을 통해 확인된 해당 시간대 전기사용량을 기준으로 1kWh당 100원의 캐시백이 적립되며, 이는 기존 주택용 에너지캐시백과 합산돼 다음 달 전기요금에서 차감된다.

참여를 원하는 고객은 주택용 에너지캐시백에 가입한 뒤, 한전 및 보유 가전사의 전용 앱을 통해 각각 신청하면 된다. 시범사업 기간 동안 가입 후 실적을 쌓은 고객 1106명에게는 추첨을 통해 노트북, 공기청정기 등의 경품도 지급한다.

/세종=한용수 기자