

http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2023.9.1.249

JCCT 2023-1-31

향교·서원의 관광체험 프로그램 활성화 방안 - 국내 세계유산을 중심으로 -

Revitalize the Tourism Experience Program of Hyanggyo and Seowon - Focusing on World Heritage sites in Korea -

방미영*

Bang, Mee Young*

요약 세계유산은 인류가 보호하고 후대에 물려 주어야 할 가치가 있는 매우 중요한 유산으로, 5천 년의 유구한 역사와 문화를 간직한 한국에 있어서 서원은 중국과 동아시아에서 공유하는 성리학 사상을 유무형으로 발전시켜 한국만의 독특한 문화자원으로서 현대에 이르기까지 간직하고 직접 체험할 수 있다는 점에서 큰 장점이 있다. 이러한 유구한 문화유산의 직접 체험을 장려하기 위하여 정부에서는 국고를 지원하며 관광 수요층 확대를 꾀하고 있다. 이에 따라 본 연구에서는 프로그램 만족도와 참여도와 활성화 방안에 대하여 분석을 실시하였다. 그 결과, 종합적이고 지속적인 관리, 운영이 필요하며, 접근성이 부족한 우리의 세계유산이 관광명소로 자리잡기 위하여 불만한 가치, 체험할만한 가치가 공존해야 하는 것으로 나타났다. 또한 이를 위하여 홍보 및 차별화된 관광체험 콘텐츠 개발이 우선적으로 진행되어야 하는 것으로 나타났다. 따라서 한국의 미래를 짊어질 MZ세대들을 위한 제안은 다음과 같다. 먼저, 옛것을 옛것 그대로 전달한다면 소통의 부재를 겪을 수 있기에 향교·서원의 관광체험에는 트렌드 반영이 필요하다. 프로그램 개발 시 전통과 역사적 관점에 머무르지 말고 스마트폰에 익숙한 MZ세대가 선호하는 콘텐츠 구축이 필요하다. MZ세대는 유튜브, 넷플릭스, 메타버스가 놀이터이며 콘텐츠다. 이를 위해 지역의 청소년 및 청년단체들과의 네트워크를 구축하고 더 나아가 전국 단위의 청년단체들과의 네트워크가 필요하다.

주요어 : 세계유산, 향교·서원, 문화유산, 문화콘텐츠, 관광체험 콘텐츠

Abstract World Heritage is a very important heritage that is worth protecting and handing down to future generations. In Korea, which has a long history and culture of 5,000 years, Seowon is a great advantage in that it can develop tangible and intangible Neo-Confucian ideas shared in China and East Asia, and preserve and experience them as a unique cultural resource of Korea until the present day. In order to encourage the direct experience of this long-standing cultural heritage, the government supports the national treasury and seeks to expand the demand for tourism. Accordingly, in this study, an analysis was conducted on program satisfaction, participation, and activation plans. As a result, it was found that value to see and value to experience must coexist in order for our world heritage, which requires comprehensive and continuous management and operation, and lacks accessibility, to become a tourist attraction. Also, for this purpose, promotion and development of differentiated tourism experience contents should be carried out first.

Key words : World Heritage, Hyanggyo-Seowon, Cultural Heritage, Cultural Contents, Tourism Contents

*정회원, 서경대학교 광고홍보콘텐츠학과 교수 (단독저자)

접수일: 2022년 12월 10일, 수정완료일: 2023년 1월 4일

게재확정일: 2023년 1월 9일

(본 연구는 2021년 (재)한국의서원통합보존단이 주최한 ‘한국의 서원 세계유산 등재 이후 지속가능한 활성화 방안’ 학술대회 발표자료를 재구성함.)

Received: December 10, 2022 / Revised: January 4, 2023

Accepted: January 9, 2023

*Corresponding Author: mybang419@naver.com

Dept. of Advertising & Public Relations Contents, Seokyeong Univ, Korea

I. 서 론

‘한국의 서원’이 2019년 유네스코 세계유산으로 등록되면서 세계유산에 대한 관심이 한층 고조되었다. 한국은 1950년 6월 14일자로 55번째 유네스코 회원국이 되었고, 2021년 가입한 지 71주년이 되었다. 세계유산에 대한 근거는 1972년 유네스코가 채택한 ‘세계 문화 및 자연유산 보호 협약’에 두고 있다. 한국은 세계유산으로 ‘한국의 갯벌’, ‘한국의 서원’, ‘산사, 한국의 산지승원’, ‘백제역사유적지구’, ‘남한산성’, ‘한국의 역사마을: 하회와 양동’, ‘조선왕릉’, ‘제주 화산섬과 용암동굴’, ‘고창, 화순, 강화의 고인돌 유적’, ‘경주역사유적지구’, ‘수원화성’, ‘창덕궁’, ‘석굴암과 불국사’, ‘종묘, ‘해인사장경판전’ 등 15곳이 유네스코에 등재되었다[10].

세계유산은 모든 인류가 함께 보호하여 후대에 물려주어야 하는 가치 있고 중요한 유산이다. 세계유산의 등록은 5천 년 역사와 문화를 간직한 우리의 문화유산과 자연유산이 세계의 기준으로 평가되고 인정받았다는 것을 확인하게 한다. 특히 ‘한국의 서원’은 중국과 동아시아권에서 공유하고 있는 성리학 사상을 유무형으로 발전시켜 역사적 건축물과 무형의 문화자원을 현대에까지 간직하고 있다는 것이 큰 특징이다[7]. 특히 향교와 서원이 전통문화에 근간을 두고 있어 현대인들의 생활 속에서 쉽게 접할 수 없는 전통문화의 원형을 체험할 수 있다는 것은 정신문화 계승에서도 유산적 가치를 더한다.

현재 유네스코 세계유산으로 등록된 ‘한국의 서원’은 소수서원, 남계서원, 옥산서원, 도산서원, 필암서원, 도동서원, 병산서원, 무성서원, 돈암서원 등 9개의 서원이다. 그러나 전국에 남아 있는 234개의 향교와 500여 개의 서원은 유교문화에 뿌리를 두고 있어 젊은 층에 매력적인 전통문화로 다가가지 못하고 있는 것이 현실이다. 이로 인해 고령화되어가는 향교와 서원이 지역문화의 발전과 변화를 이끄는 견인차 구실을 하지 못하고 있다. ‘한국의 서원’이 세계인들로부터 보존의 가치를 인정받은 만큼 지역문화 활성화의 중심축이 되게 하기 위한 논의의 출발점을 갖고자 한다.

II. 이론고찰

‘한국의 서원’을 필두로 향교와 서원이 지역의 문화유적 명소로 관광 수요층을 확대할 수 있는 것은 ‘2018년 국민여가실태조사’에서 나타난 문화유적 방문율이 33%를 차지한 점에 근거를 둔다[11].

문화재청과 문화체육관광부가 국고 지원사업을 통해 향교와 서원의 브랜드화를 추진하는 것도 관광 수요층 확대의 궁극적 목적이 있다.

1. 문화재청의 향교·서원 프로그램 현황

문화재청이 2014년부터 진행하고 있는 향교·서원 문화재 활용사업의 목적은 ‘문화재 활용이 최대의 보존이라는 새로운 가치 정립’, ‘정신 문화재의 본래 가치와 진정성을 계승하고, 이를 현대적으로 재창조’, ‘향교·서원 문화재를 지역 사회의 대표 문화재 활용 자원으로 육성’, ‘자립적·지속적·체계적 활용체제 확립 및 지역경제 활성화 도모’에 있다. 문화재청의 향교·서원 문화재 활용사업 지원은 ‘문화재 향유에 이바지하는가? 지속발전 가능성이 있는가? 계획을 통해 지역활성화를 가져오는가?’의 목표를 위해 인성교육(인문학 강좌)과 예절교육(전통의례), 음악회(국악, 클래식), 민속공연(무용, 연극) 등 4개의 영역으로 프로그램이 설계된다. 이를 위해 향교와 서원은 ‘문화재와 연관된 유적·유물이나 이야기 등 내재적 가치를 융·복합하여 새로운 부가 가치를 창출, 지속가능한 역사문화자원으로 활용하는 사업’, ‘문화재의 특색을 살려 숙박형, 유입형, 연계형으로 구성된 특화된 프로그램 및 연중 지속해서 문화재를 활용할 수 있는 프로그램 운영, 다양한 계층이 참여하고 수요도가 높은 사업’, ‘지역주민의 참여를 끌어내 향토 문화진흥 및 지역경제 활성화에 기여할 수 있는 사업’으로 지원해야 한다[3].

2. 문화체육관광부의 향교·서원 프로그램 현황

문화체육관광부가 유교문화활성화사업으로 2017년부터 진행하고 있는 향교·서원문화관광프로그램은 ‘향교·서원의 공간을 문화체험 관광자원으로 개발하여 전통문화 계승과 발전 도모하며, 유교문화에 대한 인식을 제고하고 시대적 조류에 부응하도록 함’, ‘향교·서원 전문가(청년유사)를 양성하여 관광문화 프로그램의 원활한 운영과 계승세대 육성’, ‘향교·서원 관광객을 위한 관광 상품 및 전통문화 상품을 개발하여 유교의 브랜드 가치 창출’에 기반을 두고 있다[8].

3. 향교·서원 관광체험 프로그램 설계 및 지원

이를 위해 ‘지향 척도 : 프로그램의 주제와 특성을 잘 드러내는가?’, ‘흥미 척도 : 흥미와 호기심을 유발하는 소재를 활용하는가?’, ‘구성 척도 : 프로그램의 짜임새가 균형을 이루고 있는가?’, ‘지식 척도 : 효과적으로 관련 정보를 전달하고 있는가?’, ‘활동 척도 : 체험활동 등이 효율적으로 배치되어 있는가?’의 영역으로 프로그램이 설계된다[5].

이를 위해 향교와 서원은 ‘해당 향교·서원이 보유한 콘텐츠를 활용하고, 주변의 문화, 역사, 자연자원 등을 연계하여 프로그램(안) 기획’, ‘주변 지역의 향교 또는 서원 2개소를 코스에 포함한 권역 단위로 제안’, ‘세부 프로그램으로 교육 프로그램 : 향교·서원의 유래와 역사, 인물 등을 강사가 소개하고 설명하는 프로그램, 체험 프로그램 : 향교·서원의 문화콘텐츠를 체험하는 프로그램, 탐방 프로그램 : 지역 문화유산을 직접 탐방하고 해설하는 프로그램’으로 지원해야 한다[9].

프로그램 설계 시 가장 눈점이 되는 부분은 향교·서원의 공간이 현대적 공감대를 구축한 체험관광으로 인식될 수 있는가이다. 세계유산의 가치 보전을 위해 전통문화 계승과 발전을 도모하며, 지역문화 활성화를 꾀하기 위한 향교·서원의 관광체험 프로그램에 대한 논의가 필요하다. 이를 위해 문화재청 프로그램의 만족도와 참여도, 문화체육관광부의 프로그램 만족도와 참여도를 살펴본다.

III. 실증분석

1. 문화재청 프로그램 만족도와 참여도

문화재청의 2018년 향교·서원 문화재 활용사업 참여자 설문조사에서 프로그램 참여의 목적은 교육 및 학습이 38.8%로 가장 높게 나타났으며, 문화유산에 대한 관심이 20.3%, 프로그램이 마음에 들어서가 16%, 단체프로그램이어서가 13.6%, 여행나들이가 8.9%, 기타가 2.3%로 나타났다(Table 1).

프로그램 참여 만족도는 진행요원의 응대가 4.41%, 프로그램 안내 및 해설이 4.40%, 프로그램 이해와 재미가 각각 4.34%, 관람 동선 안내가 4.29%, 문화재특성 반영이 4.28% 순으로 나타났다[2](Table 2).

문화재청이 운영한 2018년 향교·서원 문화관광콘텐츠 참여율을 살펴보면 10대의 참여율이 26.9%로 가장

높았으며, 그다음은 40대로 21.7%, 50대가 14.8%, 30대가 11.7% 순으로 나타났다. 가장 낮은 참여율은 20대가 6.5%이며, 70대가 7.5%로 나타났다(Table 3). 문화재청의 문화재 활용사업 참여자 설문조사에서 프로그램 참여의 목적이 ‘교육 및 학습’이 38%로 가장 높게 나타난 것과 무관하지 않다.

표 1. 프로그램 참여의 목적
 Table 1. Participate goal of the program

(질문: 귀하께서 이번 프로그램에 참여하신 목적은 무엇입니까?)

구분	응답자 수	문화유산에 대한 관심	교육 및 학습	여행·나들이	프로그램이 마음에 들어서	단체 프로그램이어서	기타	
전체	4,538	20.3%	38.8%	8.9%	16.0%	13.6%	2.3%	
성별	남	1,758	23.5%	38.1%	9.3%	13.0%	13.1%	3.0%
	여	2,780	18.2%	39.3%	8.6%	17.9%	14.0%	1.9%
연령	20세 미만	1,169	6.9%	48.1%	5.2%	9.2%	27.8%	2.7%
	20-29세	285	10.9%	42.1%	12.3%	15.4%	17.2%	2.1%
	30-39세	513	12.3%	44.8%	12.5%	18.5%	9.0%	2.9%
	40-49세	953	16.2%	41.8%	12.3%	18.9%	7.2%	2.6%
	50-59세	646	27.7%	29.7%	9.4%	23.1%	9.1%	0.9%
	60-69세	472	44.5%	24.6%	5.5%	16.1%	7.0%	2.3%
	70세 이상	324	49.7%	25.3%	5.9%	12.7%	5.6%	0.9%

표 2. 프로그램 항목별 만족도
 Table 2. Satisfaction of the program

(질문: 귀하께서 참여하신 프로그램에 대한 만족 수준을 문항별입니다. 해당하는 곳에 √ 표해주시요.)

구분	응답자 수	사전 홍보	교통편/ 접근성	참신성	재미	프로그램 이해	문화재 특성 반영	편의 시설	운영 시설	관람 동선 안내	진행 요원 응대	프로그램 안내 및 해설	전반적 만족도
전체	4,584	4.17	4.14	4.32	4.34	4.34	4.28	4.10	4.21	4.29	4.41	4.40	4.37
성별	남	1,778	4.18	4.16	4.31	4.32	4.31	4.27	4.10	4.21	4.29	4.39	4.38
	여	2,806	4.16	4.13	4.32	4.36	4.35	4.30	4.11	4.22	4.29	4.42	4.41
연령	20세 미만	1,182	4.12	4.14	4.28	4.29	4.27	4.25	4.04	4.18	4.26	4.31	4.33
	20-29세	286	4.15	4.12	4.30	4.37	4.36	4.36	4.17	4.31	4.35	4.47	4.46
	30-39세	516	4.10	4.12	4.40	4.44	4.44	4.32	4.17	4.29	4.39	4.53	4.49
	40-49세	955	4.28	4.22	4.26	4.46	4.46	4.37	4.18	4.28	4.37	4.53	4.50
	50-59세	651	4.27	4.17	4.36	4.40	4.39	4.34	4.12	4.26	4.32	4.45	4.44
	60-69세	477	4.20	4.17	4.26	4.30	4.28	4.24	4.16	4.17	4.24	4.37	4.38
	70세 이상	331	3.81	3.83	3.98	3.94	4.01	3.97	3.84	3.89	3.92	4.06	4.07

표 3. 2018년 향교·서원 문화재 활용 콘텐츠 참여 연령층 분포도
 Table 3. Age stratification of content participation

구분	합계	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
인원수	4398	1,182	286	516	955	651	477	331
비율	100	26.9	6.5	11.7	21.7	14.8	10.8	7.5

2. 문화체육관광부 프로그램 만족도와 참여도

성균관 유교문화활성화사업의 모니터링 결과에 따른 프로그램 항목별 만족도를 살펴보면 콘텐츠의 흥미에 대한 만족도는 4.63, 강사 등 운행진에 대한 만족도는 4.73, 콘텐츠 내용에 대한 만족도는 4.68, 음식에 대한 만족도는 4.29, 숙박시설에 대한 만족도는 4.05 순이다. 또한, 향교·서원에 대한 이해도를 높일 기회였다는 응답은 4.45, 유교문화에 대한 이해도를 높일 기회였다는

응답은 4.59, 재참여 의사는 4.68, 타인에 대한 홍보의사는 4.65, 전반적인 만족도는 4.8이다(Fig 1).

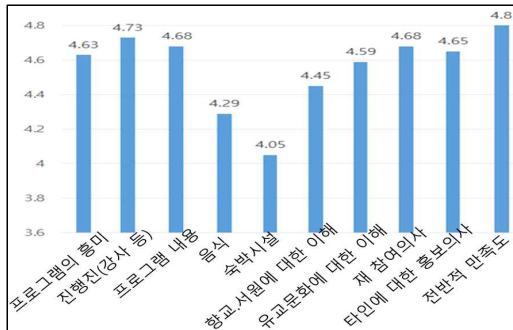


그림 1. 프로그램 항목별 만족도
Figure 1. Satisfaction result by the program

향교·서원 문화관광프로그램 참여자의 분포도를 살펴보면 2017년에는 10대의 비율이 24.07%로 가장 높았고, 2018년에는 60대가 37.2%로 가장 높게 나타났다. 반면 참여율이 가장 저조한 연령대는 2017년과 2018년 모두 20대로 나타났다. 2017년 대비 2018년도 참여 연령층의 증감은 10대가 20.87%로 가장 많이 감소했으며, 60대가 18.9%로 가장 많이 증가하였다. 연도별로 참여 연령층이 각각 다르게 나타난 것은 체험프로그램의 구성이 각기 다르게 구성되어 연령층이 선호하는 프로그램의 호불호가 명확하다는 것을 알게 한다[4](Table 4).

표 4. 향교·서원 문화관광콘텐츠 2017년, 2018년 참여 연령별 증감 분포도

Table 4. Distribution of increase and decrease by age group of content participation, 2017-2018

구분	합계	연도	10대	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상
비율	100	2017	24.07	5.62	8.64	13.10	14.4	18.3	15.8
	100	2018	3.2	1.1	2.7	8.0	22.2	37.2	25.6
증감	100	2018 대비 2017	▽ 20.87	▽ 4.52	▽ 5.94	▽ 5.1	△ 7.8	△ 18.9	△ 9.8

* 출처: 성균관유교문화활성화사업단, 「2017년 종합보고서 및 2018년 종합보고서」에서 재구성.

IV. 연구결과

향교·서원 관광체험 활성화를 위해서는 체험프로그램에 대한 기준점 논의가 필요하다. 관광체험 요소에 대해서는 Pine과 Gilmore[1]가 제시하는 4가지 요소가 관광 연구에도 적용되고 있다(Fig 2).

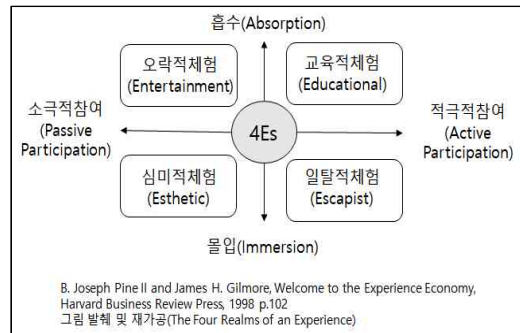


그림 2. Pine & Gilmore(1999)의 체험경제이론 요소
Figure 2. The Experience Economy, Pine & Gilmore(1999)

Pine과 Gilmore는 기존의 산업기반에서 제품과 서비스를 분리하여 경제의 확장을 일으켰듯이 서비스에서 체험을 분리하여 새로운 경제적 가치를 창출할 수 있다고 제안한다. 파인과 길모어의 체험경제이론은 교육적 체험, 오락적 체험, 심미적 체험, 일탈적 체험의 4가지 요소로 추출되며, 유형의 제조상품과 무형의 서비스상품과는 달리 구매자들이 가치 있는 상품으로 오래도록 기억하게 하는 이끌림이 담겨있다[6].

1. 관광체험 프로그램 분석

Pine과 Gilmore의 체험경제이론을 근거로 관광만족과 추천의도를 문화체육관광부의 프로그램으로 분석한 결과, 교육적 체험요소는 향교·서원이 전통문화에서 경험한 선비문화가 일상의 삶을 다시 한번 되돌아보는 기회를 제공하고 있어 관광만족과 추천의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 오락적 체험요소는 현대인들이 워라벨과 소확행을 추구하는 현대인들의 삶에서 중요한 요소로 작용하고 있어 관광만족과 추천의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 심미적 체험요소는 심미적 체험이 내적 감성을 공유하는 개인적인 체험이므로 관광만족에 영향을 미쳤지만 추천의도에는 큰 영향을 미치지 않았다. 일탈적 체험요소는 관광만족과 추천의도에 그다지 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 이는 향교·서원 체험관광객들은 일탈적 체험 요소에 크게 구애 받지 않고 프로그램을 체험하는 것으로 분석되었다.

이와 함께 문화콘텐츠 브랜드가 되는 전통성 요소가 관광체험의 교육적 체험, 오락적 체험, 심미적 체험 요소에 영향을 주고 있지만, 일탈적 체험 요소에는 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 관광체험의 일탈적 체험요소가 미흡한 것은 향교·서원이 교육기관으로서의

전통성을 계승하면서 전통적 교육 체험공간으로 주로 활용되기 때문이다. 향교·서원이 전통성 요소에서 일탈적 체험요소를 갖추기 위해서는 전통 의복을 입고 선비문화를 제대로 익히는 프로그램의 상시운영이 필요하다.

문화콘텐츠 브랜드가 되는 역동성 요소가 관광체험의 교육적 체험, 오락적 체험, 일탈적 체험요소에 영향을 주고 있지만, 심미적 체험요소에는 영향을 미치지 않은 것으로 분석되었다. 관광체험의 심미적 체험요소가 미흡한 것은 심미적 체험은 개인적이며, 내적인 감성에 따라 공감되는 부분이 공유되기 때문에 외적인 역동성 체험요소에서는 공유되지 않기에 내면의 흥을 일으킬 수 있는 심미성을 체험요소에 첨가한다면 역동성 요소에 효과적일 수 있다.

문화콘텐츠 브랜드가 되는 혁신성 요소가 관광체험의 교육적 체험, 오락적 체험, 심미적 체험요소에 영향을 미치지 않았으며, 일탈적 체험요소에는 영향을 미쳤다. 교육적 체험은 전통문화를 문화원형으로 계승하고 있었어 혁신성 요소에서 체험되지 않았다. 오락적 체험은 문화관광객들이 체험한 콘텐츠가 특별히 재미있거나 마음을 사로잡는 새로운 것에 대한 호기심을 유발하지 않은 것으로 나타났다. 심미적 체험 또한 독특한 매력을 통해 감성을 자극받는 체험콘텐츠가 부재한 것으로 나타났다. 혁신성 요소가 일탈적 체험에 영향을 미치는 것은 일상에서 경험해 보지 못한 역사 체험놀이 등 시간적인 이동을 통해 일상의 탈출을 경험하게 하는 효과가 있는 것으로 나타났다.

2. 관광체험을 위한 프로그램 기획 방향

세계유산은 문화관광으로 확대되어야 한다. 문화관광의 효과는 경제적 효과, 문화적 효과, 집객적 효과들을 수 있다. 문화관광의 경제적 효과는 문화관광이 타분야 산업에 시너지 효과를 내는 것으로 문화관광상품이 대표적 예이다. 지역축제가 열리는 동안 지역의 소득증대와 일자리 창출이 증대되기에 지역마다 크고 작은 축제를 지속해서 운영하고 있다. 문화관광의 문화적 효과는 지역민들이 지역에 대한 자긍심과 공동체의 공동 목표를 갖게 한다. 향교·서원이 문화관광으로 확대되어 문화적 효과의 매개체가 되어야 하는 이유이기도 하다. 마지막으로 문화관광의 집객적 효과는 방문 동기와 방문 목표를 통해 관광인프라를 조성하게 한다.

향교·서원이 문화관광으로 효과를 나타내기 위해서는 체험프로그램의 기획 방향이 수립되어야 한다.

향교·서원 체험프로그램의 교육적 체험은 참가객들이 전통문화를 학습하고 정보를 습득하게 하는 콘텐츠로 재구성되어야 한다. 오락적 체험은 참가객들이 일상에서 경험하지 못한 즐거움을 느낄 수 있게 하는 콘텐츠로 구성되어야 한다. 일탈적 체험은 일상에서 벗어나는 해방감을 느끼게 해 일상 환경과는 다른 체험을 하게 하는 콘텐츠다. 향교·서원 문화관광 프로그램의 체험요소 중 가장 미흡한 점이 바로 일탈적 체험요소이다. 즉, 관념적인 형태에서 벗어나 축제의 장처럼 느껴질 수 있는 프로그램 구성이 필요하다. 마지막으로 심미적 체험은 단순히 미학적 체험이 아니라 미적 대상을 오감을 통해 흡수될 수 있게 하는 콘텐츠다. 향교·서원은 뛰어난 건축물로 심미성을 확보하고 있으나 주변 경관 조성 및 관리 소홀로 오감을 통해 내면으로 끌어들이기에 부족함이 많다. 따라서 지역의 문화자원과의 연계성을 통해 심미성을 확보하는 프로그램 기획이 중요하다.

3. 관광체험 프로그램 활성화 방안

한국의 서원이 세계유산으로 등록되면서 향교·서원의 가치가 국내외로 확산되고 있다. 코로나19로 관광객 유입이 줄어든 것은 한시적 현상이지만 언택트 시대에 대비한 관광체험 프로그램의 디지털 콘텐츠화가 필요하다. 향교·서원의 관광체험 프로그램 활성화 방안을 위해 다음과 같이 제안한다.

첫째, 향교·서원의 교육적 체험은 세계유산의 가치를 이어갈 후대들을 위해 VR/AR, 전자출판, 게임 등 소셜 미디어 기반의 엔터테인먼트적 요소와 영상콘텐츠가 필요하다.

둘째, 향교·서원의 관광체험 콘텐츠는 혁신성을 높이기 위해 전통과 민속놀이를 재해석하여 현대에서도 즐길 수 있는 전통놀이 체험 도구의 개발이 필요하다.

셋째, 향교·서원의 교육과 배례의 엄숙한 공간에서 진행하기 어려운 오락적 관광체험을 위해 지역사회와 연계하여 웃고 떠드는 오락적 프로그램 개발로 관광체험의 신명을 줄 수 있어야 한다.

넷째, 향교·서원의 건축물은 아름다움을 충분히 갖추고 있지만, 주변 경관과 둘레길 조성을 통해 심미성을 극대화할 필요가 있다.

다섯째, 향교·서원의 일탈적 체험의 몰입도를 높이기 위해 전통의상을 입고 관광체험을 하는 것을 정례화할 필요가 있다.

여섯째, 향교·서원의 건축물이 여름과 겨울에 취약한 구조로 이를 보완하기 위한 냉방시설을 설치하여 4계절 관광체험이 이루어지도록 해야 한다.

일곱째, 뉴미디어 시대 홍보마케팅을 위한 전문인력이 투입되어야 한다. 이를 위해 청년층과 연계하여 홍보방안을 수립할 필요가 있다. MZ세대가 홍보방안을 수립하면서 자연스럽게 향교·서원의 관광체험이 이루어질 수 있다.

여덟째, 전국의 향교·서원이 순례 코스로 이어질 수 있도록 ‘향교·서원순례길(가칭)’ 네트워크 형성이 필요하다.

V. 결 론

세계유산 관광체험은 논어(論語)의 위정편(爲政篇)에 나오는 ‘온고이지신(溫故而知新)이던 가이위사의(可以爲師矣) 니라’ 즉 ‘옛것을 익숙하게 알고서 새로운 것을 알면 스승으로 삼을 만하다’는 공자의 말을 현대인들에게 어떻게 인지시켜나가는지에 대한 방향성을 제시하고 있다. 따라서 향교·서원이 관광체험 콘텐츠는 현대인들에게 옛것을 익숙하게 알게 하는 데 있다.

문화의 습성상 향유하지 않으면 시대가 지나면서 각각의 문화로 기억되지 않는다. 향교·서원의 관광체험 콘텐츠는 전통문화를 망각하지 않게 하는 장치이기도 하다. 향교·서원이 후손들에게 생활 속 문화의 공간으로 인식되게 하려고 전통과 현대의 융복합 콘텐츠를 창출하는 문화의 공간으로 자리매김해야 한다. MZ세대들에게 옛것을 옛것 그대로 전달한다면 소통의 부재를 겪을 수 있기에 향교·서원의 관광체험에는 트렌드 반영이 필요하다. 프로그램 개발 시 전통과 역사적 관점에 머무르지 말고 스마트폰에 익숙한 MZ세대가 선호하는 콘텐츠 구축이 필요하다. MZ세대는 유튜브, 넷플릭스, 메타버스가 놀이터이며 콘텐츠다. 이를 위해 지역의 청소년 및 청년단체들과의 네트워크를 구축하고 더 나아가 전국 단위의 청년단체들과의 네트워크가 필요하다.

이와 함께 향교·서원 유림사회에 변화가 필요하다. 유림들을 대상으로 한 관광체험 콘텐츠 기획 강좌를 개설하여 관광 트렌드 및 운영에 관한 교육이 개설되어야

한다. 특히 문화체육관광부에서 운영하는 ‘청년유사’제도는 프로그램 운영을 위해 일시적으로 운영하는 제도에서 상시적으로 운영하는 제도로 바뀌어야 한다. 이외에도 관광체험 및 세계유산 관련 전문가들로 구성된 운영체계를 구축하여 지역단위의 향교·서원의 관광체험 콘텐츠에 대해 상시자문이 이루어져야 한다. 이와 함께 지역의 문화예술단체들과 협력체계를 통해 향교·서원의 지역적 특화 문화예술 공연 및 콘텐츠를 구축할 필요가 있다.

세계유산은 보존과 활용이라는 두 가지 관점에서 종합적이고 지속적으로 관리, 운영되어야 한다. 도심권에서 떨어져 있는 세계유산이 관광명소로 자리 잡기 위해서는 볼만한 가치, 체험할만한 가치가 공존해야 한다. 이를 위해 향교·서원에 대한 홍보와 함께 차별화된 관광체험 콘텐츠 개발이 우선적으로 진행되어야 한다. 이와 함께 향교·서원이 지역의 경쟁력을 강화할 수 있는 문화자원의 보고(寶庫)로 인식될 수 있도록 지역주민 대상 세계유산에 대한 교육과 활용방안을 위한 교육이 지속적으로 이루어져야 한다. 향교·서원이 내 고장의 자랑거리여야 관광체험으로 방문하는 관광객들에게 세계유산에 대해 지역주민들 스스로 스토리텔링 할 수 있게 된다.

References

- [1] B. Joseph pine II and James H. Gilmore, “*The Experience Economy*,” by M.O. Kim, 21 Century Books Press, 2010.
- [2] Cultural Heritage Administration, “2018 Hyanggyo/Seowon Cultural Property Utilization Project Monitoring,” 2018.
- [3] Cultural Heritage Administration, “2022 Living Cultural Heritage Project Contest Plan,” 2021.
- [4] K. N. Han, “Prospects and Improvements of Confucian Tradition and Cultural Tourism Contents,” Sungkyunkwan Confucian Culture Revitalization Project Group’s Confucian Culture Revitalization Project Result Report(2018): pp. 110~111.
- [5] M. Y. Bang, “2021 Confucian Culture Revitalization Project Advisory Report,” 2021.
- [6] M. Y. Bang, “The Effect of Hyanggyo · Seowon Cultural Contents’ Brand Characteristics on Tourism Experience and Post-Experience Evaluation,” Ph.D thesis, Graduate School at

- ChuGye University for the Arts, Seoul, 2020.
- [7] S. H. Lee, “UNESCO’s World Heritage Listing Process and Outstanding Universal Value,” *The Journal of Korean Seowon Studies*, Vol. 3, pp. 1–24, 2019.
- [8] Sungkyunkwan Confucian Revitalization Project Group, “2018 Confucian Culture Revitalization Project Result Report” 2019.
- [9] Sungkyunkwan Confucian Culture Activation Project Group, “2021 Confucian Culture Activation Project Hyanggyo/Seowon Selection Contest,” 2021.
- [10]<https://www.google.com>, 2021.
- [11]<http://kosis.kr>, 2019.

※ 본 연구는 2022년 서경대학교의 교내연구
지원에 의하여 이루어졌음.