

일상 공간을 관광 장소화 하는 주민 - 온라인 여행 플랫폼 주민 호스트의 사례 -

김주락*

Tourism Place-Making of Everyday Spaces by Locals: A Case Study of Local Hosts of the Online Travel Platform

Jurak Kim*

요약 : '새로운 도시 관광' 경향의 확산과 정보통신기술 발달로 주민이 지역 관광의 행위 주체로 주목받고 있다. 이 연구는 관광객을 호스팅하는 주민이 특정 공간을 선택하고, 관광 대상으로 재구성하는 방식과 특성을 고찰했다. 이를 위해 온라인 여행 플랫폼 '에어비엔비 체험'의 주민 호스트를 연구 대상으로, 심층 인터뷰와 참여관찰 등 질적 방법론을 통해 연구를 수행했다. 주민 호스트가 호스팅 대상지로 선택하는 공간은 주로 일상을 영위하거나 특별한 장소경험이 녹아있는 일상적 실천의 산물인 곳으로, 동시에 관광 대상으로의 보편적 매력을 갖춘 곳이다. 주민 호스트는 선택한 공간을 (재)발견하고, 해석, 기획하는 장소성 만들기 작업을 통해 관광의 대상으로 재구성한다. 이 과정에서 주민은 자신의 일상이 벌어지는 익숙한 공간에서 새로움을 발견하는 일종의 관광 경험을 하게 된다. 그리고 호스팅 전반에 걸쳐 일어나는 게스트와의 상호작용은 주민이 공간을 이해하고 이용하는 방식에 변화를 유발하기도 한다. 일상 공간을 관광 장소화하는 주민은 관광의 생산자와 소비자 역할을 하며, 관광객을 일상 깊숙이 불러와 새로운 도시 관광의 경향을 강화한다.

주요어 : 주민 호스트, 온라인 여행 플랫폼, 새로운 도시 관광, 관광 장소화, 일상 공간, 관광 공유경제

Abstract : The growth of ICT and the increasing number of new urban tourists who want to explore the everyday life of the destination are attracting locals to be dynamic actors of local tourism. This study aims to understand the ways in which local hosts select places to host tourists and reconfigure those as tourism attractions, and the characteristics revealed in the process. To this end, the study was conducted through qualitative methodologies such as in-depth interviews and participatory observations on local hosts of Airbnb Experiences, an online travel platform. Results are outlined in the following. The place that local hosts choose is the result of everyday practices, such as a place where everyday life and/or one's meaningful experiences take place, and at the same time has universal appeal as a tourism attraction. Then, the selected place is reconstructed as an object of tourism by a place-making process including (re)discovering, interpreting, and designing the place. In this process, local hosts experience a kind of tourism in which they discover newness in their everyday place. Moreover, interactions with guests throughout hosting can also change the way locals understand and use their everyday place. Locals who make everyday places into tourism attractions are producers and consumers of tourism, and bring tourists deep into their daily lives, strengthening the trend of new urban tourism.

Key Words : Local Host, Online Travel Platform, New Urban Tourism, Tourism Place-Making, Everyday Place, Tourism Sharing Economy

이 논문은 저자의 박사논문의 일부를 수정·보완한 것으로, 2021 대한지리학회 연례학술대회에서 일부를 발표했습니다.

* 서울대학교 지리학과 BK21 4-Plus 미래국토공간 혁신 교육연구단 박사후연구원(Postdoctoral fellow, BK21 4-Plus Innovations for the Future Land Space, Department of Geography, Seoul National University), rakka120@snu.ac.kr

1. 서론

1) 연구 배경 및 목적

관광객이 관광지에서 하고자 하는 것이 변화하고 있다. 관광지의 무언가를 보는 것에서 나아가, 주민의 일상에 관심을 두고, 관광 명소뿐 아니라 지역의 숨겨진 매력을 찾고, 경험하려는 관광의 경향이 확대되고 있다(오정준, 2004; 이원희 등, 2019). 관광객은 주민의 일상이 벌어지는 장소에서 마치 주민처럼 행동함으로써 진정한(authentic) 도시 경험을 할 수 있다고 생각한다(Matoga and Pawłowska, 2018: 1644-1645). 경험이 누적된 관광객을 중심으로 관광지의 일상적인 것에 흥미를 느끼는 이러한 경향은 '새로운 도시 관광(new urban tourism)'으로 불리며, 양적으로 빠르게 성장하면서 지리학을 비롯해 관광학, 사회학 등 관련 학계의 관심을 모으고 있다(Dirksmeier and Helbrecht, 2015: 276).

이에 더해 관광 공유경제의 성장으로 온라인 여행 플랫폼이 활성화되면서 관광지의 일상을 경험하려는 관광객은 더욱 쉽게 현지 주민과 연결될 수 있게 됐다. 도시 고유의 분위기를 만들어내는 주체가 그 안에서 일상적인 삶을 살아가는 다양한 도시 이용자(city-user)의 일상적인 활동이라는 점에서, 주민은 지역 관광의 중요한 정보원이다. 즉, 현지인으로서 주민의 지식과 정보는 관광객이 원하는 진정한 현지 경험 기회를 제공할 수 있다(Stors *et al.*, 2019: 12). 이처럼 온라인 여행 플랫폼의 성장과 관광지의 일상을 경험하려는 관광객의 증가는 관광지 주민을 지역 관광의 능동적인 행위 주체로 부각시키고 있다.

이 연구는 지역 관광의 주요 행위 주체로 부상하고 있는 지역 주민이 온라인 플랫폼을 통해 관광객을 호스팅하는 과정에서, 지역의 일상적인 공간을 관광의 대상으로 선택하고, 이를 재구성하는 방식과 그 과정에서 드러나는 특성을 파악하는 것을 연구의 목적으로 한다. 이를 통해 지역 관광의 주체로서 주민의 역할과 의미, 관광객과 주민이 함께 만들어가는 관광 경험의 함의를 도출하고자 한다.

2) 연구 대상 및 방법

연구 목적 달성을 위해 본 연구는 대표적인 온라인 여행 플랫폼 '에어비앤비 체험(Airbnb Experiences)'에서 호스트로 활동하며 관광객을 맞이하는 주민을 연구 대상으로 설정했

다. 이들이 호스팅 프로그램을 기획하는 과정과 방식을 파악하기 위해 전기적인(biographical) 배경에 대한 이해가 필요하고, 따라서 특정 상황과 맥락에서 현상이 진행되는 것을 알아보는데 유용한 질적 연구 방법이 적절하다고 판단했다.

연구에서 핵심적으로 수행한 연구 방법은 주민 호스트와의 반 구조화된 심층 인터뷰이다. 에어비앤비 체험 웹사이트 검색을 통해 수도권에서 운영되는 호스팅 리스트를 추출했고, 이중 연구에 적절하다고 연구자가 판단한 프로그램¹⁾의 호스트에게 에어비앤비 체험의 메시지 기능을 통해 연락을 취했다. 심층 인터뷰는 총 20명을 대상으로 진행됐으며, 인터뷰 대상자의 특성은 표 1에서 확인할 수 있다. 심층 인터뷰는 오프라인 대면 면담을 기본으로 했으나, 코로나19 팬데믹 상황에서 전염병 감염의 위험을 이유로 3명의 호스트와 온라인 비대면 인터뷰를 진행했고, 이메일을 통한 인터뷰도 3건 시행했다. 대면, 비대면 인터뷰는 질문이 고정되지 않은 개방된 형태로 면담자와의 상호작용에 따라 유연하게 진행됐고, 이에 따라 면담 시간도 50분에서 120분까지 다양했다.

심층 인터뷰의 주요 질문은 크게 두 가지로, 호스팅 대상지를 선정한 이유와 그곳에서의 장소경험에 관한 것이 하나고, 다른 하나는 호스팅 프로그램 구성 과정, 실제로 호스팅을 운영하는 방식과 경험에 관한 내용이다. 그리고 모든 호스트는 에어비앤비 체험 웹페이지에 자신과 프로그램에 관한 소개를 적어두기 때문에, 이를 토대로 호스트별 맞춤형 질문을 구성해 더욱 풍성한 내용을 끌어낼 수 있었다. 심층 인터뷰 이후에도 필요한 경우 주민 호스트와 모바일 메신저, 문자, 전화 등을 통해 질문을 던지고 응답을 받았다. 이론적 포화(theoretical saturation) 원칙에 따라 인터뷰를 통해 더는 새로운 정보가 나오지 않는 시점까지 인터뷰를 계속했으며(Strauss and Corbin, 1998), 그 결과 심층 인터뷰는 2019년 6월부터 2020년 8월까지 총 20명의 에어비앤비 체험 주민 호스트를 대상으로 수행됐다. 인터뷰는 참여자의 동의를 얻어 녹음했고, 이를 전사해 문서화한 뒤 코딩해 연구에 필요한 자료를 추출하고, 분석하는 과정을 거쳤다.

이에 더해 연구 수행을 위한 연구자의 참여에 동의한 호스트의 프로그램 2건에 대해 참여관찰을 수행했다. 호스트가 현장에서 실제 호스팅을 운영하는 방식, 호스트와 게스트, 게스트와 게스트 사이의 상호작용 등을 관찰하고, 게스트와 자연스러운 의사소통을 통해 호스팅과 관련한 게스트의 이야기를 청취했다. 이때 연구자가 해당 체험 프로그램의 게스트로 등록해 참여했기 때문에, 플랫폼 기능을 활용한

표 1. 인터뷰 참가자 주요 인적사항

구분	직업	학력	연령/성별	비고	구분	직업	학력	연령/성별	비고
A	프리랜서	대졸	48세 여성	E-mail 인터뷰	L	게스트하우스 운영	대졸	51세 남성	-
B	지인 회사 근무	-	66세 여성	참여관찰 수행	M	자영업	대졸	58세 남성	-
C	프리랜서	대졸	20대 후반 남성	E-mail 인터뷰	N	1인 여행사 운영	대졸	35세 남성	비대면 인터뷰
D	회사원	대졸	20대 후반 여성	-	O	프리랜서 구직자	고졸	29세 여성	-
E	프리랜서	대졸	34세 남성	-	P	회사원	대졸	29세 여성	-
F	회사원	석사	20대 후반 여성	외국인(유럽)	Q	대학생	대재	26세 남성	-
G	회사원	대졸	30대 초반 남성	외국인(중양아시아)	R	프리랜서	대졸	33세 여성	참여관찰 수행 비대면 인터뷰
H	회사원	국외 대졸	28세 남성	한국계 외국인(북미)	S	대학생	대재	20세 남성	-
J	대학생	대재	25세 여성	-	T	주부	석사	30세 여성	외국인(북미) E-mail 인터뷰
K	대학생 관광 스타트업 창업	대재	27세 남성	-	U	해외 취업 준비	국외 석사	30대 중반 여성	비대면 인터뷰

비고 : 참가자 정보는 심층 면접 당시를 기준으로 함

게스트와 호스트의 상호작용, 참여 후 호스트에 대한 평가와 후기를 남기는 방식까지 경험할 수 있었다. 마지막으로, 한 주민 호스트(30대 중반, 여성, 이후 연구에서 'I'로 칭함)가 다른 호스트를 양성하기 위해 개설한 강의에 참여해, 수업을 듣고, 질의응답을 주고받았다. 심층 인터뷰 수행 전 이뤄진 이 과정은 호스팅 경험이 없는 연구자가 에어비앤비 체험이 운영되는 내부 프로세스를 이해하는 데 도움이 됐고, 심층 인터뷰를 수행하는 데 필요한 배경지식이 됐다.

2. 새로운 도시 관광의 성장과 관광에서 주민의 역할 변화

1) 도시 관광의 새로운 흐름, '새로운 도시 관광'의 등장과 성장

전통적으로 도시 관광은 역사 유적과 상징물, 진품이 전시된 박물관과 미술관 등을 방문하는 형태로 이뤄졌다. 그러나 최근 도시 관광에서 이와 정반대의 주목할 만한 변화

가 일어나고 있다. 도시의 평범한 일상, 라이프스타일과 같은 무형 자산을 통해 진정한 도시 경험이 가능하다고 생각하는 관광객들이 점차 관광 도심(TBD, Tourism Business District)을 벗어나는 것이 그것이다(Füller and Michel, 2014: 1306). 이른바 '새로운 도시 관광'이라 불리는 새로운 흐름은 공간적 측면에서 전인미답(off the beaten track)의 새로운 곳으로 관광객이 퍼져 나간다는 점, 내용적 측면에서는 도시 주민의 일상에 관심이 있고, 그들과 비슷한 것을 하고자 한다는 점에서 특징적이다. 관광객을 위해 준비된 탈일상적 매력이 아닌, 주민의 일상과 매일의 삶이 도시 관광의 매력이 된 것이다(고동완, 2012). 변화는 더욱더 많은 도전적인 여행자에게 영향을 미치고, 이런 관광을 즐기는 관광객의 수는 증가하고 있다(Richards and Wilson, 2007: 20).

새로운 도시 관광의 확산은 사회변화와 연동된 현상으로, 두 가지 측면에서 그 이유를 찾을 수 있다. 먼저 서구 사회를 중심으로 관광이 이전보다 쉬워지고, 잦아졌다는 점에 주목해야 한다(Postma *et al*, 2017; Larsen, 2019). 세계화의 영향으로 국경을 넘나드는 일이 수월해지고, 생활 수준과 소득 수준이 향상되면서 관광할 수 있는 여력이 늘어남 반면, 저비용항공이 확대되고 이동 수단이 발달하면서

여행에 필요한 비용은 감소하고 있다. 이에 따라 관광은 일상의 반정립(Antithese)으로서 지니던 특별한 의미가 희미해지고, 자주, 반복적으로 이뤄지고 있다(김사현, 2006; Larsen, 2008; 2019).

관광이 반복적으로 이뤄지면 경험이 누적된 재방문 관광객이 늘어난다. 최초 방문자는 명소를 둘러보는 것(sight-seeing)에 관한 관심이 높지만, 경험이 쌓인 관광객은 현지에서 할 수 있는 활동, 체험, 사회적인 것에 관심을 보이기 마련이다(Li *et al.*, 2008; 송화성·조경신, 2015). 이미 방문한 적이 있는 관광 명소를 다시금 찾는 것은 재방문자로서 자신의 문화자본을 쌓는 데 큰 도움이 되지 않고, 인파로 북적이는 명소는 다시 찾을 유인이 부족하기 때문이다(Maitland, 2010: 179). 이전에 왔었고, 다음에도 올 수 있는 관광객은 명소를 분주하게 찾아다닐 필요가 없으므로, 이들의 관광 행태는 거주자가 도시 공간을 소비하는 방식과 비슷해진다(Matoga and Pawłowska, 2018: 1650).

다음으로 정보통신기술의 발달은 관광객이 도시의 일상으로 접어드는 데 중요한 역할을 했다(Uriely, 2005; Urry and Larsen, 2011). 에어비앤비(Airbnb), 카우치서핑(Couch-Surfing)과 같은 관광 공유경제 플랫폼은 물론이고, 여행 정보 공유 사이트와 다양한 소셜 미디어 등을 통해 실시간, 전 세계적으로 공유되는 관광지에 대한 다양한 정보는 오늘날 관광객이 도시의 더 넓고 다양한 공간과 만나는 것을 가능하게 하고, 만나는 방식 역시 변화시키고 있다(Brewer and Dourish, 2008; Stors and Baltes, 2018).

여기에 모바일 기기의 보급은 이동 중에도 사회적 교류가 가능하게 함으로써 기존에 불가능했던 새로운 관광 행태의 출현을 뒷받침한다. 관광객이 현지인과 현지의 문화에 관심이 있다 하더라도, 가이드북이나 관광지도 등의 기존 정보원을 통해서만 주민의 ‘오늘의 삶’이 벌어지는 곳에 접근하기는 쉽지 않다. 그러나 스마트폰, 태블릿 PC 등 휴대 가능한 개인용 통신기기가 보편적으로 보급되고, 인터넷 통신망이 광범하게 구축되면서 관광객은 여행 전은 물론 여행 중에도 목적지에 대한 정보를 손쉽게 얻을 수 있게 됐다. 관광객은 앱, 웹사이트 등을 사용해 이전 관광객이나 주민이 남긴 정보를 통해 쉽게 주민의 일상이 벌어지는 곳에 접근할 수 있고, 나아가 주민을 직접 만나는 것이 가능해졌다(Maitland, 2010; Jeacle and Carter, 2011; Molz, 2012; Guttentag, 2015). 즉, 기술 발달은 이전 관광객과 잠재적 관광객, 관광객과 지역 주민을 연결함으로써 전인미답의 장소에서 관광 경험을 하고자 하는 관광객의 바람을

현실화했다(Stors *et al.*, 2019: 2-3).

2) 새로운 도시 관광객의 성격과 지역 주민의 역할 증대

새로운 도시 관광객은 고유하고 독특한 도시 공간과 생활양식 체험을 관광의 핵심적인 요소로 생각하기 때문에, 이전에 관광객이 좀처럼 찾지 않던 도시의 ‘새로운’ 곳으로 과감히 향한다. 새로운 도시 관광객에게 도시 관광의 진정성은 도시의 현재 모습을 경험하는 것에서 비롯된다(Metro-Roland, 2011; Shim and Santos, 2014; 심창섭·상삼요, 2017). 지역 주민(local)의 일상적이고 평범한 활동은 도시에서 현재 실제로 벌어지고 있는 것의 지표 역할을 하므로, 이들은 점점 도시의 알려지지 않은 곳, 거주지역으로 다가가게 된다(Maitland, 2008; 2010; Hohmann, 2018).

주민과 직접 상호작용하지 않더라도 주민의 일상이 벌어지는 장소를 방문해 현지의 분위기에 흠뻑 빠져들고, 다른 도시 이용자와 같이 있다는 것 자체가 이들에게 중요하다(Stors *et al.*, 2019: 16). 따라서 관광 연구 역시 관광객과 주민의 차이를 강조하던 전통에서 벗어나, 일상에서 찾을 수 있는 관광 자원으로서의 매력, 이국적인 것의 일상성에 주의를 기울일 필요가 있다(Jeuring and Diaz-Soria, 2017: 5). 도시의 최신 흐름을 이끄는 주민, 그리고 이들과 비슷한 선호를 지닌 새로운 도시 관광객의 관심은 상호 보완적이며, 도시 경험(urban experience)을 공동으로 생산하고, 소비하는 행위자로 보는 편이 타당하다(Edensor, 2001; Richards, 2011; Rakić and Chambers, 2012; Pappalepore *et al.*, 2014).

대량관광은 현지인이나 현지 문화와의 접촉이 최소화된 형태로 이뤄지기 때문에, 관광이 지역사회와 주민에 미치는 영향은 제한적이다. 관광객이 접촉하는 주민은 주로 관광업에 종사하는, 혹은 관련된 분야에 종사하는 사람들이었고, 그 외의 주민을 만날 가능성은 크지 않았기 때문에 주민의 삶은 관광과 별반 관련이 없었다(Saarinen, 2017: 426). 게다가 도시는 크고, 다양한 기능을 수행하는 곳이기 때문에, 관광객은 그 안에 흡수되어 보이지 않는 존재였다(고동완, 2012: 11). 그러나 관광객이 도시의 일상에 관심을 두기 시작하면서, 지역 주민의 일상 공간으로 관광객이 몰려오고 있다. 그 어느 때보다 관광이 주민의 삶 가까이 다가와 있다.

앞서 언급한 것처럼, 정보통신기술의 발달은 관광객 측면에서 새로운 도시 관광으로의 변화에 중요한 역할을 했

다. 관광에서 정보통신기술의 발달이 갖는 또 한 가지 중요한 점은, 지역 주민이 더욱 능동적인 관광의 주체로 기능할 가능성을 열었다는 점이다(반정화, 2016: 28). 온라인 미디어가 지역 관광 정보를 획득하는 가장 중요한 매체가 된 시점에서, 지역에 대한 암묵지를 보유한 주민은 가장 중요한 정보 제공자의 하나로 여겨지고 있다(Edwards *et al.*, 2017: 694). 관광객이 관광을 준비하며 이용하는 온라인 서비스의 상당수가 이용자가 만드는 정보에 기반하며, 여기엔 관광객뿐 아니라 지역 주민도 자유롭게 참여할 수 있다. 주민들은 일상에서 괜찮은 곳(맛집, 실만한 곳, 가볼 만한 곳 등)을 찾아다니는데, 이러한 것은 도시를 탐험하는 일종의 '관광적 요소(touristic component)'(Cohen, 1974: 527)이고, 주민들은 이러한 경험을 다른 관광객보다 더 다양하고 더 많이 할 개연성이 높다. 따라서 지역 주민의 경험과 정보에 기반해 만들어지는 다양한 콘텐츠는 관광객이 도시를 어떻게 경험해야 하는지에 대한 새로운 가능성을 소개하게 된다(Stors *et al.*, 2019: 3). 이를 통해 관광객과 현지 주민이 연결되고, 지역 관광 공간에 공동의 가치를 만들어내며, 주민의 일상으로 향하는 새로운 도시 관광은 점차 강화된다.

그뿐 아니라 정보통신기술 발달은 관광산업의 메커니즘에도 변화를 불러왔다(이민영, 2018). 산업화된 관광에서 여행사는 송출지의 관광객을 모아 목적지의 명소를 안내하는 중개자 역할을 해왔다. 그러나 관광객과 지역 주민을 연결하는 온라인 플랫폼이 등장하면서 관광객과 주민은 중개인 없이 직접 만날 수 있게 됐다(OECD, 2016: 94-95). 주민은 온라인 여행 플랫폼을 통해 별다른 자본 투입 없이 유저자원을 이용해 관광시장에 진입할 수 있고, 로컬에 대한 지식이나 자신의 전문성 등 다양한 방식으로 관광객에게 서비스를 제공할 수 있다는 점에서 장점이 있다(Dredge and Gyimóthy, 2015: 294). 이처럼 온라인 여행 플랫폼은 그간 관광의 소비자에 그쳤던 지역 주민이 여행 서비스의 공급 주체로 등장하는 것을 가능하게 했다(송운강·박용숙, 2018: 367).

한편 새로운 도시 관광객에게 지역 주민과 만남의 가능성이 관광의 중요한 관광의 동인이라는 점을 생각한다면 온라인 여행 플랫폼이 지니는 의미는 매우 크다. 중개인 없이 지역 주민과 직접 연결되어 '조우(encounter)'를 사전에 계획할 수 있기 때문이다(Stors *et al.*, 2019: 10). 공유 숙박 사이트 에어비앤비 사용자를 대상으로 한 연구에 따르면, 사용자들은 이러한 플랫폼을 통해 다른 방법으로는 갈 수 없거나 생각하기 어려웠던 목적지를 방문할 수 있을 뿐 아

니라, 현지인과의 개인적인 접촉 기회를 제공받아 더욱 진정한 관광 경험이 가능하다고 생각한다(Lampinen and Cheshire, 2016; OECD, 2016; Stors and Kagermeier, 2017a).

온라인 여행 플랫폼에서 지역 주민의 역할은 단순히 방을 내주거나, 식사를 같이하는 데서 그치지 않는다. 비단 경제적 목적뿐만 아니라 게스트와의 사회적 상호작용과 같은 다양한 사회, 문화적 동기로 호스팅을 시작하는 주민 호스트는 적극적인 지역 관광 서비스의 제공자로 활동한다(Karlsson and Dolnicar, 2016; Lampinen and Cheshire, 2016). 이들은 자신이 살고, 일하고, 노는 동네를 소개하고, 이를 통해 관광객에게 지역의 이미지를 형성함으로써 관광지화 과정에 중심적인 역할을 담당한다(Stors and Kagermeier, 2017b: 196). 온라인을 통해 관광객을 맞이하는 지역 주민은 관광 목적지로서 지역이 가지고 있는 가치를 알리는 데 적극적인 역할을 하고 있다.

그러나 온라인 플랫폼을 통해 지역 깊숙이 침투하는 관광객에 대한 큰 관심에 비해 지역의 관광지화에 중요한 역할을 담당하는 지역 주민에 대한 학술적 측면의 관심은 크지 않았다. 비전문적, 비직업적으로 조직되지 않은 개인, 관(官)과 연결되지 않은 주민이 지극히 사적이면서 영리 추구를 목적으로 하는 관광 행위는 실증적 사례연구는 물론, 이론적 측면에서도 검토된 사례를 찾아보기 어렵다. 이는 그간 도시 관광에서 그런 성격을 갖는 주민의 참여를 찾아보기 힘들었다는 점에서 그 이유를 찾을 수 있을 것이다. 그러나 앞서 살펴본 것과 같이, 사회변화와 기술발달로 관광객과 주민이 온라인을 통해 직접 연결되는 시대엔 주민 개인이 관광객을 맞이하는 관광의 주체로 등하고 있다. 관광객이 선호하는 이런 주민의 수가 늘고 있고, 이러한 경향이 계속된다고 한다면 관광객과 직접 상호작용하는 주민, 그리고 이들이 만들어가는 관광 공간의 성격에 관한 연구가 더욱 적극적으로 수행될 필요가 있다.

3. 주민이자 가이드로서 성격이 드러나는 장소 선정

1) 주민으로서 성격 : 일상적 실천의 산물

취미 생활이나 부업으로 호스팅하는 주민이 선택하는 호스팅 대상지는 관광업 종사자의 선택과 다를 수밖에 없

다. 일상에서 쉽게, 자주 만나 익숙하거나 잘 아는 곳이어야 ‘주민 호스트로서의 장점과 강점을 살릴 수 있다. 이와 같은 일상적 실천의 산물로서 장소는 크게 개인적으로 의미 있는 장소, 로컬로서의 장점을 드러낼 수 있는 일상적 환경 두 가지로 나뉘어 살펴볼 수 있다.

(1) 공유하고 싶은 장소 경험이 녹아있는 곳

먼저 주민 호스트는 자신의 추억이 담긴 편안하고 익숙한 장소이거나, 특별하게 여기는 장소를 호스팅 대상지로 선정한다. 호스트에게 이러한 곳은 개인의 경험이 녹아있는, 즉, 추상적 공간(space)이 아닌 의미가 녹아든 장소(place)(Tuan, 1977)로서 의미를 갖는 곳이다. 학창 시절부터 지금까지 자주 찾은 호스팅 대상지²⁾를 “어떻게 보면 자라온 곳”이라며 애뜻한 감정이 담긴 곳으로 설명하는 호스트 E의 언급은 호스팅 대상지가 주민에게 갖는 의미를 대변한다. 한국인 친구가 없어 자신을 ‘한국 사회에 안 맞는 사람’이라 생각하는 호스트 F(외국인)에게 호스팅 장소는 ‘게이나 레즈비언, 트랜스젠더도 받아들이는, 그래서 자신과 같은 ‘잉여 인간’까지도 안아주는’ 느낌이 드는 안식처다.

이런 곳들은 호스트가 이미 익숙하고 특별하게 생각하는 장소기 때문에 호스팅을 시작하고자 할 때 부담 없이 쉽게 떠올릴 수 있는 곳이다. 호스트 E에게 “자라온 곳” 같은 느낌을 주는 호스팅 대상지는 자부심을 느낄 수 있는 장소이고, 그래서 자신을 찾는 사람에게 ‘꼭 소개해주고 싶다’라고 생각해 온 곳이다. 호스트 E가 주민 호스트가 되기로 마음먹은 건 남에게 소개해주고 싶은 ‘나만의 장소’가 있었기 때문에 가능한 일이었다. 마찬가지로 호스트 U에게 서울 광장시장은 ‘업무를 마치고 회사 동기들과 술 한 잔 마시러 자주 찾았던 곳으로, ‘우리나라 특유의 분위기를 내뿜는 곳이고, 대화하기 좋은 곳’으로 기억하고 있는 장소였다. 따라서 게스트와 대화를 나누는데 중점을 두는 호스팅을 계획할 때, 호스트 U가 가장 먼저 떠올린 장소였다.

‘서울의 오래된 동네를 소개하고 싶다’라는 생각에 호스팅을 시작한 호스트 R의 사례는 호스팅 이전까지 호스팅 대상지에서의 장소 경험은 없다는 점에서 위의 사례들과 차이가 있다. 그러나 그의 호스팅 대상지는 재개발로 “완전히 없어진” 옛 동네에서 “방향을 못 잡는” 충격적인 경험을 한 호스트가 자신의 옛 동네와 비슷한, 즉 ‘재개발로 사라질 지역’을 물색해 찾은 곳이다. 이곳은 호스트 R

이 장소 경험의 감각을 불러일으킬 수 있는 장소로, 개인의 장소 경험에서 비롯된 호스팅 대상지로 볼 수 있다.

“(전에 살던 동네가) 재개발 구역으로 지정되면서 초등학교만 빼고 다 없어진 거예요. 그게 너무 슬프더라고요. ‘옛날 집 한번 가보자, 내 고향한 번 가보자’ 해서 (갔는데), 그런데 이제 방향을 못 잡는 거죠. 아예 없어졌으니까. (...) (호스팅을 준비하며) 조사를 하다 보니까 용산구 쪽이 역사도 풍부하고, 일본군 기지가 있던 자리에 주한미군 기지가 생기고, 그래서 그 지역 자체가 되게 흥미롭더라고요. 다른 데도 (재개발 예정지가) 있어요. 상도동, 흑석동도 가봤는데, 거기는 다 개발이 됐어요. 아현동도 (개발)되고. 여기는 이야기도 많고. 그래서 여기로 선정하게 됐어요. (...) 개인적인 그런 재개발 그것과 연결지어서, ‘없어지지 않으면 좋겠다. 보수가 되면 좋겠다.’ (재개발을) 최소한으로 해서 다 같이 살아갈 수는 없을까? 그런 약간 뭐라고 해야 할까요. 소망?”

- 주민 호스트 R -

이처럼 주민 호스트가 호스팅 대상지를 선정할 때, 자신에게 개인적인 의미가 담긴 장소는 가장 쉽게 떠올릴 수 있는 곳 중 하나다. 따라서 이런 곳에서 진행되는 주민의 호스팅은 해당 장소가 갖는 일반적인 의미나 기능 못지않게, 주민 호스트 개인의 장소 경험이 반영되는 방식으로 장소의 의미를 구성하게 된다.

(2) 정보의 비대칭성이 도드라지는 로컬의 일상 공간

개인적인 장소 경험뿐 아니라, 주민이기에, 현지인이기 에 가질 수 있는 장점을 드러낼 수 있는 일상적 환경 역시 호스팅의 대상으로 선택된다. 거주지 주변이나 학교, 업무 등의 이유로 주기적으로 방문하는 곳, 여가를 보내기 위해 찾는 곳 등 일상적인 활동을 수행하는 다양한 공간은 주민 호스트가 현지인으로서 장점을 발휘할 수 있는 곳이다. 전문 관광 가이드에 비해 부족한 전문성을 보완하고, 다른 호스트들과 자신의 상품을 차별화할 수 있는 지점으로, 주민 호스트가 갖는 경쟁력의 원천이 된다. 주민 호스트는 자신의 일상이 벌어지는 익숙한 장소를 선택함으로써, 현지인이기 때문에 가질 수 있는 장소 경험 및 지역에 대한 참신한 정보를 강조할 수 있고, 이런 곳은 가이드북에는 나오지 않는, 현지인이 추천하는 특색 있는 장소가 된다. 엇비슷한

패키지 관광 상품들이 경쟁력을 갖추기 위해 관광 외적인 요소(주로 비용)에 집중하는 것과는 대조적인 모습이다. 주민 호스트이면서 호스트 양성 강의를 진행하는 I는 장소 선정에 고려해야 하는 요소를 아래와 같이 이야기한다.

“(지금 운영 중인 프로그램은 현재 사는) 집 앞을 가는 프로그램이에요. 내 집 앞도 체험”의 공간이 될 수 있다. 한국 여대생처럼 살아보기. 대학 캠퍼스를 돌고, 나만 아는 골목 길을 돌고, 나만 아는 떡볶이집에 가고, 사진이 예쁘게 잘 나오는 카페에 가는 그런 프로그램인데, 에어비앤비 본사에서 굉장히 신경을 써줬어요. 에어비앤비가 원하는 프로그램이었거든요. ‘분식’, ‘골목’, ‘사진이 잘 나오는 카페.’
- 주민 호스트 I -

평소 여가를 보내는 장소 역시 주민 호스트가 주로 선택하는 장소 가운데 하나다. 호스팅 대상지를 ‘대학 시절부터 자주 올랐던 산이라 자신감이 있다’라고 소개하는 호스트 G의 언급은 이곳이 로컬로서 자신의 강점을 드러낼 수 있는 곳이라는 점을 드러낸다. 어떤 호스트들은 자신의 호스팅 장소를 로컬 혹은 호스트 본인만 알고 있는 특별한 장소이기 때문에 선택했다는 점을 강조하기도 한다. “사실 제가 가는 장소가 현지인들만 아는 루트예요. 제가 많이 다녀봐서 알거든요”(호스트 D), ‘보통 한국인들도 잘 모르는 장소인데, 최근 들어 출사 동호회 같은 곳에서 찾아서 조금 알려지게 된 장소’(호스트 C)라는 언급에서 자신이 로컬이고, 이곳을 잘 아는 사람이기 때문에 해당 장소를 선택할 수 있었다는 사실을 확인할 수 있다. 이는 주민 호스트가 로컬로서의 강점을 드러내는 방식의 하나로, 장소 선택을 통해 전업 가이드와 비교해 부족한 전문성을 보완하고, 차별화를 꾀할 수 있다.

사실 이런 장소는 로컬의 강점을 드러낼 수 있는 곳일 뿐 아니라, 호스트로서도 가장 쉽게 호스팅 대상지로 고려할 만한 곳이다. 일상의 경험을 통해 자연스레 정보를 얻게 되는 ‘내가 사는, 내가 잘 아는 우리 동네’(호스트 M)이기 때문이다. 각종 정보원으로부터 쉽게 관광 정보를 구할 수 있고, 전문적인 가이드도 많이 활동하는 관광 명소나 잘 알지 못하는 ‘남의 동네’에 비해 주민의 일상이 벌어지는 이런 곳들은 관광객과 주민이 가지고 있는 정보의 비대칭성이 도드라지게 된다. 주민 호스트는 많은 정보를 가지고 있는 익숙한 곳에서 관광객에게 ‘흥미로운 낯선 곳’을 소개할 수 있다. 주민 호스트가 장소를 선택하는 과정에서

보이는 특성은 이들의 호스팅이 관광지로서의 유명세와 관계없이, 주민의 일상적인 활동이 벌어지고, 로컬로서 특성을 부각할 수 있는 곳에서 일어날 것이라는 점을 예상케 한다.

2) 가이드로서 성격 : 관광 대상으로 지니는 보편성 고려

주민 호스트가 선택하는 호스팅 대상지가 개인의 추억이 담긴 소중한 장소이거나 로컬의 장점을 드러낼 수 있는 일상적 환경이라는 점은 이들의 호스팅이 새로운 도시 관광의 특성에 부합하는 지점이다. 그러나 그와 동시에 그러한 장소들 역시 관광객의 선호와 관광지로서의 매력도를 고려하지 않을 수 없다. 즉, 호스트는 자신의 경험에서 장소를 선택하지만, 그 장소는 동시에 호스트가 관광지로서 경쟁력을 갖추고 있다고 판단하는 곳이거나, 관광지로서 소개할 가치 혹은 필요가 있다고 생각하는 곳이다.

먼저 주민 호스트가 관광지로서 경쟁력을 갖추고 있다고 판단하는 곳은 그곳이 이미 관광 명소인지 아닌지와 관계없이, 관광객의 흥미를 끌 수 있다고 호스트가 판단하는 곳이다. 그런 곳은 서울 사람들에게 ‘지금 인기 있는 곳’일 수도, 서울 혹은 한국의 특성을 보여줄 수 있는 곳일 수도 있다. 서울 사람이 몰리는 홍대거리, 한강공원, 연남동 등은 ‘오늘 서울을 살아가는 사람들의 모습’을 보여줄 수 있다는 점에서 매력적인 일상 공간이다. 서울에서 진행되고 있는 호스팅 프로그램 중에 등산, 하이킹 등 산에서 이뤄지는 것들이 많은데, 이것은 도심 근처에 큰 산이 있는 것이 다른 대도시에서 쉽게 찾아볼 수 없는 서울의 특징 가운데 하나고, ‘외국인들이 한국의 산을 오르면서 신기해한다’(호스트 D)라는 사실을 주민 호스트들이 인식하고 있기 때문이다. 여기에 더해 호스트 D는 수많은 산 가운데 북한산의 특정 봉우리를 선택한 이유로 그곳이 자신의 일상적 여가 공간이면서, 관광객의 흥미를 유발할 수 있는 ‘여행지로서 경쟁력’을 갖추고 있기 때문이라는 점을 아래와 같이 설명한다.

“여기서 보는 전경이 진짜 좋아요. (같은 산의 다른 봉우리에 비해) 쉽게 올 수 있으면서도 풍경이 좋은 곳이라고 하더라고요. (...) 오르기가 힘들긴 한데, 간단한 클라이밍이라든지, 갑자기 평지가 나와서 경치가 좋다든지 하는 그런 드라마틱한 부분이 있어요. 지루한 산이 아니라. 그래서 저는

좋아했고, 자주 가고 했고, 그러다 보니 '주변인에게도 알려주고 싶다' 이라서 친구들 데리고 와서 같이 가기도 하고. (그래서 호스팅하기엔) ***분이 제격이다."

- 주민 호스트 D -

마지막으로 외국인 관광객이 잘 모르는 곳이거나, 얼핏 보기엔 특별한 것이 없어 보이더라도, 그 지역에 대한 정보가 풍부한 주민으로서의 관광객이 와서 충분히 흥미로운 경험을 할 수 있는 곳이라고 여기는 곳이 호스팅 대상지로 선택된다. 이를테면 '관광객이 주로 가는 곳에서 거리가 멀지만, 도전적인 것을 즐기는 사람에게 매력적인 곳'(호스트 G)이라거나, '외국인 관광객이 오지만 더 좋은 곳을 보지 못하고 곧만 훑고 가는 것이 안타까운 곳'(호스트 P) 등이 여기에 해당한다. 지역 정보 공유를 공유하려는 동기에서 호스팅을 시작하는 주민 호스트에게 이런 곳들은 명소에서 '사진만 찍고 돌아가는' 관광객에게 알려주고 싶은, 현지인 입장에서 방문할 만한 매력을 갖춘 곳이다. 관광객이 충분히 만족스러운 경험을 하고 갈 수 있는 곳이지만, 기존 관광 정보원에서는 발견할 수 없는 이런 장소에서 로컬로서 주민 호스트가 갖는 장점은 배가된다.

3) 주민 호스트 장소 선택의 특징과 의의

부업이나 취미 활동으로 호스팅하는 주민은 생계를 위해 다른 일을 하고 있으므로 호스팅에 전념하기는 힘들다. 호스팅은 주업과 그 밖의 삶을 방해하지 않을 정도의 시간과 노력을 기울이는 선에 그칠 수밖에 없다. 따라서 일상적이고 익숙한 장소에서 자신이 평소 즐기는 것을 중심으로 프로그램으로 진행하는 것은 불가피하고도 이상적인 형태의 호스팅 방식이 된다. 지속 가능한 호스팅을 위해 호스팅은 공간적으로 거주지에서 가깝거나 평소 취미 활동을 위해 자주 찾는 편한 공간이고, 내용적으로 자신이 평소 즐기는 것이어야 한다. '야외활동이나 활동적인 것보다는 조용한 곳에서 이야기 나누는 것을 좋아하는' 호스트 P가 집 근처 사찰과 찻집에 가는 것, 이사 가는 바람에 호스팅 대상지에서 멀어진 호스트 G가 호스팅을 지속할 수 있을지 걱정하는 것은 부업 혹은 취미 생활의 하나로 호스팅을 수행하는 주민 호스트의 성격을 드러낸다.

"집 앞에 나가서 친구들 만난다는 생각으로 즐겨야 돼요. 즐기지 못하면 오래 할 수가 없어요. 내가 좋아하는 걸 해

야 하는 이유이기도 해요. 그래서 나랑 가까운 곳, 웬만하면 집 주변에서 하는 걸 추천해요."

- 주민 호스트 I -

"하면서 느낀 게, (호스팅 장소가) 집에서 가까워야 해요. 일처럼 생각하고 하면 힘들어요. 그래서 내가 노는 곳, 자취하는 곳 주변이 변화가라면 이걸(호스팅을) 더 할 수 있을 것 같아요. (...) 사실 (마크루링하기에) 제일 좋은 곳은 강남인데, 저는 집이 가까우니까 (이태원에서 해요)."

- 주민 호스트 H -

이처럼 본업을 따로 둔 주민 호스트의 장소 선택은 호스팅이 주민이 평소 일상을 보내는 곳에서 벌어질 것이라는 점을 다시금 상기시킨다. 이는 에어비앤비 체험이 운영되는 시스템의 특성과도 연관된다. 호스트는 예약 마감 시간을 설정할 수 있는데, 마감 시간이 늦을수록 게스트를 더 받아들이기 가능성이 커진다. 그러나 프로그램 운영을 준비하는데 필요한 시간이 있으므로 마감 시간을 무작정 늦출 수는 없다. 따라서 거주지에서 가까운 곳, 익숙하거나 접근이 쉬운 곳에서 호스팅 한다면, 예약 마감 시점을 최대한 미뤄 더 많은 예약과 수익을 기대할 수 있다.

호스팅이 벌어지는 일상 공간은 호스트에게 특별한 장소이거나 일상이 벌어지는 공간이면서 관광지로서 소개할만한 가치가 있다고 주민 호스트가 판단하는 곳이다. 이런 장소는 전인미답의 새로운 곳을 찾는 새로운 도시 관광객의 선호에 부합한다. 여행 중 현지인과 만남을 중요하게 여기는 새로운 도시 관광객은 이런 곳에 기꺼이 찾아갈 준비가 되어있기 때문에, 주민의 호스팅을 통해 도시 관광의 영역은 공간적, 내용적으로 확장될 수 있다. 방문지에 관한 관심과 지식수준이 높은 새로운 도시 관광객에게 이런 색다른 곳을 방문한다는 것은 그 자체가 중요한 관광 경험이고, 가는 길 그리고 대상지에서 마주하는 주민의 사소하고도 일상적인 행위들은 '특별한 일상(extraordinary mundane)'(Stors *et al.*, 2019: 8-10)이 되어 관광 경험을 보다 풍성하게 채워주기 때문이다.

4. 관광 대상으로 재구성되는 일상 공간

호스팅 대상지를 선정한 주민 호스트는 일상 공간의 의

미를 재구성해 하나의 완성된 호스팅 프로그램으로 꾸며낸다. 일상 공간의 재구성은 다양한 과정을 거치는데, 먼저 주민 호스트는 자신이 선택한 장소에서 관광적 요소를 발굴하고, 이것을 보완해 줄 수 있는 추가적인 관광 대상을 모색한다. 그리고 여기에 개인적 경험과 해석을 담은 지역 정보를 덧붙이고, 비장소적 요소를 동원해 호스팅 프로그램을 완성하게 된다. 그리고 호스팅을 거듭하면서 이뤄지는 게스트와의 상호작용은 호스팅을 개선하고, 호스트가 지역을 이용하는 방식에 변화를 불러오기도 한다.

1) 관광의 맥락에서 일상 공간이 갖는 가치 재발견

앞서 살펴본 것처럼 주민 호스트는 주로 자신이 잘 알고, 익숙한 곳을 호스팅 대상으로 선정한다. 호스트는 관광객의 시선으로 그곳을 둘러보게 되며, 평소에는 무심코 지나쳤거나, 관심을 두지 않았던 요소 가운데 관광의 대상이 될 만한 것을 찾아내기 위해 주의를 기울인다. 일상적으로 장소를 이용하던 방식과 달리, 관광적 요소를 찾아내기 위한 노력을 하는 것이다. 이를테면, 평소 등산을 할 때, 산중의 사찰은 스쳐 지나가는 곳이었지만, 호스팅 프로그램에 참여하는 게스트를 위해 '쉬어가는 장소도 되고, 한국 문화와 역사를 알 수 있는 곳'(호스트 G)으로 생각해 일정에 추가하거나, 절에 올 때마다 늘 보지만 스쳐 지나갔던 절 문의 사천왕상 앞에서 불교에 얽인 자신의 이야기를 풀어놓는 일정을 기획하는(호스트 P) 식이다.

관광객의 시선으로 지역을 둘러본다는 것은 비단 익숙한 곳의 새로운 측면을 발견하는 것뿐 아니라 그간 몰랐던, 익숙한 곳 주변의 낯선 곳을 알게 되고, 관심을 두는 일이기도 하다. 낯선 곳으로 여행을 떠났을 때, 도착 전에는 존재 여부조차 알지 못했던 숙소 옆 작은 재래시장을 매일 밤 찾는다거나, 계획엔 없었지만 도시의 랜드마크가 되는 건축물 옆으로 난 작은 골목길을 헤집고 돌아다니는 것과 비슷하다. 이것은 자신의 일상적 환경을 마치 관광객의 호기심 어린 시선으로 바라보는 것으로, 호스트는 색다른 방식으로 지역을 바라봄으로써, 관광의 대상으로서 새로운 가치를 발견할 수 있다.

“그것(핵심적인 호스팅 장소)만 하기는 그러니까, 가면서 시장하고 중국 거리(차이나타운)하고 넣은 거죠. (프로그램에 포함된 재래시장은) 평소에 자주 가는 곳은 아니고

그냥 동네에 있는 오래된 시장인데, 동선을 짜다 보니까 거길 통해서 가면 되겠더라고. 시장 안내도 좀 하고, 길거리 음식도 좀 먹고. 차이나타운이랑 A 시장(가칭), 코스는 딱 맞는데, 사실은 A 시장이 좀 약하죠. 활성화 정도가 좀 약해서... 저쪽 아래 가면 B 시장(가칭)이라고 더 큰 시장이 있는데, 그러면 동선이 너무 길어져 버려. 그런 점이 조금 아쉽죠.”

- 주민 호스트 M -

이 과정은 주민이 일상을 영위하는 장소의 매력에 대해 다시금 생각해 보는 계기가 되기도 한다. 로컬이자 일종의 관광 가이드로서 주민 호스트는 자신의 일상적인 장소들을 관광의 맥락(tourism context)에 위치시켜 살핍으로써 일상적 환경의 의미를 재구성하고, 새롭게 만들어가기 때문이다(Jeuring and Diaz-Soria, 2017: 5). 호스트는 일상의 이국적 측면을 발견해가는 이런 과정을 거쳐 호스팅 프로그램을 만들어가고, 이를 통해 게스트는 여행을 떠난 이국적인 곳의 일상적 측면을 마주할 수 있다.

주민 호스트가 프로그램 기획을 위해 일상적 환경의 새로운 측면을 탐색하고, 새로운 장소를 발견하기 위해 가장 일반적으로 사용하는 방법은 현장 답사다. 이것은 여행자의 낯선 시선으로 호스팅을 진행할 현장과 주변을 다니면서 장소의 관광적 요소를 찾는 과정이다. 호스팅을 기획하며 현장을 답사하는 과정에서 자신의 호스팅 목적에 적합한 경로를 발견해 낸 경험을 흥분된 말투로 이야기하는 주민 호스트 R의 사례는 다음과 같다.

“전하고자 하는 메시지는 잡혔고, 분명한데, 이걸 어떻게 흥미로운 경로를 찾을 수 있을까 해서 여러 가지 루트로 해서 (...) 다행히도 거기서 좋은 경로를 찾아서 되게 재밌더라고요. 올라가자마자 바로 한강이 보이고, 한남대교가 보이고, 거기서 제가 따라 올라가다 보면 주거환경 변화가 시대순으로 전개가 돼요. 운이 좋게 시대별로 경로가”

- 주민 호스트 R -

일상 공간에 대한 새로운 지식과 정보는 현장에서의 경험과 온오프라인 자료 수집 등 심층적인 조사 활동을 통해서도 습득할 수 있다. 일상적인 활동을 수행하는 과정에서 빈번하게 걷고, 드나들었을 장소이지만, 호스팅을 준비하며 현장뿐 아니라 문헌을 통해 탐색하고, 새로운 것을 찾아내려고 노력하게 되는 것이다. ‘내가 좋아하는’ 장소와

지역에 대한 정보를 다른 사람에게 소개하려는 동기에서 호스팅을 시작하는 주민 호스트는 그 장소에 대해 알아가는 것을 주저하지 않는다. 특히 호스팅을 다른 사람으로부터 비용을 지불받고, 서비스를 제공하는 것으로 본다면, 호스트는 호스팅 대상에 대해 더 많이, 더 정확하게 알아야 할 책무가 있다. 주민 호스트는 '내가 게스트라면 무엇이 궁금할까(호스트 P)를 고민해가며 다양한 방식으로 장소에 대한 정보를 수집한다. 이는 호스트가 익숙한 공간에서 새로운 사실을 얻고, 더 많은 이국적인 모습을 발견하게 되는 방법이며, 동시에 이를 통해 게스트에게 더욱 풍성한 로컬 경험을 안겨줄 수 있다.

“외국인이 서울에 대해 쓴 책 주문했어요. 책을 통해서 더 흥미로운 사실을 알아내는 중이에요. 개인적인 관심이 있기 때문인데, 투어를 하기 때문에 좀 더... 한국학자라고 해도 다 아는 것 아니잖아요? (...)” (호스팅 대상지)에 있는 계단이 일본 신사 올라가는 계단이었다는 걸 알게 됐어요. 그리고 지금 미군기지가 있는 장소가 예전에 일본군이 주둔했던 곳이었다는 점을 알았어요. ‘한국 역사에 많은 역할을 하고 있는 일본과 미국이 똑같은 장소에서 만났더라는 생각했고, (게스트에게) 이런 이야기를 해요.”

- 주민 호스트 F -

이처럼 주민 호스트는 호스팅을 준비하며 일상적인 장소와 그 주변을 관광의 맥락에서 바라봄으로써 장소의 새로운 가치를 발견하고, 의미를 재구성한다. 주민 호스트는 관광의 생산자가 되기 위해 지역을 탐색하지만, 그 과정은 자신을 소비자의 시점에 위치시켜 지역을 바라보는 것으로 시작된다. 마치 여행지에 간 것처럼 일상의 공간을 둘러보는 주민 호스트는 지역을 더욱 깊숙이 경험하게 된다. 이 과정에서 새롭게 인식되는 지역에 대한 색다른 감각은 호스트가 호스팅을 준비하며 일상적 환경에서 오히려 일종의 관광 경험을 하게 됨을 의미한다. 비교적 오랫동안 많은 호스팅 경험을 쌓은 한 호스트는 그간의 호스팅 경험이 장소에 대한 자신의 감각을 변화시키고, 그것이 다시 관광의 대상이 되는 경험을 다음과 같이 이야기한다.

“투어를 하면서 쌓이는 경험이 있잖아요? 3년 동안 있었던 고객과의 좋은 경험 아니면 저의 그 이후의 개인적인 좋은 경험 같은 것도 역으로 좀 쌓이는 것이 있어서, 그런 경험을 공유하는 것도 되게 많거든요. 그래서 역으로 ***이

라는 지역이 제 삶에서 중요해지게 되는 거죠. 지금 저에게 ***이라는 지역은 예전과는 다른 의미인 거죠.”

- 주민 호스트 N -

주민 호스트의 호스팅은 게스트뿐 아니라 호스트 역시도 관광 경험을 하게 된다는 것을 의미한다. 누적되는 경험과 더 많은 새롭고, 이색적인 요소의 발견은 일상의 공간을 호스팅의 대상으로 만드는 데 유리하다. 이런 수행이 거듭됨으로써 ‘일상적임(mundane)’과 ‘이국적임(exotic)’의 경계는 희미해지고, 관광이란 멀고(far), 낯선(unfamiliar) 곳으로 떠나는 것이라는 전통적인 정의와 대조적인, 가깝고(nearby), 익숙한(familiar) 환경에서 이뤄지는 근접 관광(proximity tourism)의 경향은 확대될 수 있다(Jeuring and Diaz-Soria, 2017; 오정준, 2021).

2) 개인적 관점을 담은 경험과 지역 정보 부가

주민 호스트는 개인적인 장소 경험에서 비롯되는 주관적 해석이 담긴 지역 정보를 게스트에게 제공하는 지역 정보 제공자 역할을 한다. 현지인으로부터 비롯되는 지역 정보는 더 진정하다고 여겨지기 때문에, 호스팅을 통해 주민 호스트가 제공하는 경험과 정보는 게스트가 지역을 이해하는 방식에 영향을 미친다. 따라서 주민 호스트가 게스트에게 지역을 소개하고 프로그램을 운영하는 방식 또한 관광의 대상으로서 장소를 재구성하는 방식의 하나로 볼 수 있다.

관광객의 가이드북에서 찾아볼 수 없는 지역 정보 소유자로서 주민 호스트는 자신의 주관적인 해석이 담긴 정보를 게스트와 나누는 데 인색하지 않다. 오히려 널리 알려지지 않아 관광객이 모르고 지나치는, 그러나 와 볼 만하고, 해볼 만한 가치가 있는 경험을 알리려는 사람들이다. 주민 호스트의 이런 특징은 게스트에게 주변 장소를 추천하는 것으로 발현되곤 한다. 로컬로서의 성격을 충분히 발휘해 추천하는 이런 장소는 일반적인 관광 정보원에서 획득하기 어려운 곳으로, 관광객에게 ‘로컬 추천 장소’가 된다. 이것은 비단 호스팅 프로그램 내에 포함된 장소뿐만 아니라, 게스트의 요청에 따라 프로그램과 별도로 호스트에 의해 제공되기도 한다. 이러한 장소는 주민의 일상과 관련된 ‘진정한’ 현지 경험을 추구하는 새로운 도시 관광객이 선호하는 장소다. 이렇게 해서 주민 호스트가 관광지 너머에 있는 장소, 다른 관광 정보원에서는 찾아보기 힘든 장소로 관광

객의 발걸음을 유도하게 된다.

“저는 이 동네를 많이 다녔기 때문에 어딘지 아니까. (게스트가) 어디 카페 같은 거 말씀하시는(추천을 부탁하는) 경우도 있고, 맛있는 식당 궁금하다 하면 식당 알려드리고. (...) 예전부터 있던 올드한 식당들도 찾아보고, 같이 가보고. 좀 지저분할 수는 있지만, 저는 그게 진짜 한국이라고 보기 때문에”

- 주민 호스트 L -

“(첫 게스트에게) 많은 트립 중에 리뷰도 없는 이걸 선택했는지 물어보니까, ‘트립 소개에 (가이드북에서는) 볼 수 없는 곳을 간다’ 이런 소개가 있어서 했다.’라고 하더라고요. 그래서 그 친구한테 (직접 만든) 미니북에 있는 이런 곳은 가보라고 추천했어요. 술집, 서점, 문화공간 등 문화적인 것을 좋아해서 그런 곳들을 많이 적어봤고.”

- 주민 호스트 J -

주민 호스트의 주관적인 해석이 담긴 정보는 단지 ‘장소 추천’에 그치지 않는다. 더욱 적극적인 의미에서, 호스팅 과정에서 마주하게 되는 다양한 사회, 문화적 현상을 소개하는 데 적극적이다. 호스트 H는 이태원 일대의 비어있는 가게 앞에서 ‘권리금’ 이야기를 건네고, 호스트 S는 전망대에서 연희동을 내려다보며 구숙, 수감된 경험이 있는 두 명의 전직 군인 출신 대통령을 언급하는가 하면, 호스트 R은 뉴타운 지구 지정과 개발 지연으로 인해 주거환경이 열악해지고, 저렴한 임대료로 인해 외국인 이주자가 모여든 동네의 특성을 설명한다. 한국 사회에 특별한 수준의 관심이 있지 않은 일반적인 관광객이 쉽게 알 수 있는 일이 아닌 것들이다. 이때 주민의 설명은 사실에 기반하지만, 호스트의 해석이 덧붙여진다.

이러한 정보는 지역을 피상적으로 보고 떠날 수밖에 없는 일반적인 관광객으로서는 좀처럼 생각하기 힘든 것으로, 게스트는 호스트의 해석을 통해 지역과 나아가 한국 사회를 더 깊게 이해하는 기회를 얻게 된다. 물론 이것이 게스트가 지역 사회를 이해하는 것을 지배하지 않지만, 호스트의 주관적 해석이 반영된 정보는 목적지 사회에 대한 정보가 많지 않은 게스트에게는 지역을 이해하는 데 있어 큰 영향을 줄 수 있다. 이 밖에도 주민 호스트의 일상적 경험은 호스팅에서 중요한 요소이기 때문에 자연스럽게 개인적 경험을 언급하고, 그 과정에서 결과적으로 게스트는 일

반적인 관광 정보원에서는 찾아보기 힘든 현지의 폭넓은 정보를 얻을 수 있다.

새로운 도시 관광객에게 주민의 정보는 다른 정보원보다 확실하고 핵심적일 뿐 아니라 진정한 가치를 가지고 있다. 따라서 주민 호스트가 제공하는 경험과 정보는 게스트가 지역을 경험하고 이해하는 방식에 영향을 미친다. 과거 관광 목적지 이미지가 사전에 각 국가 혹은 지역의 관광 분야(준)정부조직, 여행사, 대중매체 등에 외부적인 행위 주체에 의해 만들어져 있었다면, 이제는 관광객과 직접 만나는 주민이 그것을 만들어갈 여지가 확대됐다.

3) 비장소적 요소의 활용 및 게스트와의 상호작용을 통한 변화

비록 전문적인 관광업 종사자가 아니라 할지라도, 주민 호스트는 게스트로부터 일정한 대가를 지불받고 관광 서비스를 제공하는 사람이라는 점은 분명하다. 따라서 호스팅 대상에 대한 자신의 경험과 로컬로서 가지고 있는 지역 정보를 단순히 제공하는 것뿐만 아니라 일종의 관광 가이드로서의 준비 역시 소홀하지 않을 수 없다. 여기서는 ‘관광객의 선호’를 고려하고, ‘준비된 호스트’로서 비장소적 자원을 사용하는 모습을 검토한다. 그리고 호스팅을 통해 게스트와 상호작용하고, 이 과정에서 호스트가 지역을 이해하고 사용하는 방식이 변화한다는 점을 설명한다.

게스트의 만족스러운 경험을 위해 호스트는 관광객의 눈높이에서 자신의 호스팅 프로그램을 살펴 부족한 것은 보완하고, 관광객이 선호하는 일정은 유지, 강화하는 노력을 수행한다. 이를 위해 호스트는 비장소적 측면에서 장소를 보다 ‘관광할만한 곳’으로 만들어주는 요소를 적극적으로 활용하게 된다. 이를테면, ‘낙산에 올라 야경만 보고 내려오는 건 부족하다고 생각해 삼겹살을 같이 구워 먹으며 이야기할 수 있는 시간’을 포함하고(호스트 J), ‘게스트의 만족도를 높이고 한국의 등산 문화를 보여주기 위해 하산길에 있는 파전집에서 파전에 막걸리 마시는 일정을 추가’(호스트 C) 한다. 주민 호스트가 프로그램을 구성하는 과정에서 관광객의 선호를 고려해 일정을 계획하는 모습은 호스트 E 사례를 통해 구체적으로 확인할 수 있다.

“사실 열기구를 빼고 싶어요. 열기구가 그렇게 감동적이진 않거든요. 그런데 사진으로 봤을 때 사람들이 이겨(열기

구)에 혹해서 오거든요. 이거를 옵션으로 빼버리면, 사람들이*** (핵심 호스팅 장소)만 보러 올 유인은 높지 않아요. 열기구가 리뷰는 일단 좋아요. 그래서 넣어두는 거죠.”

- 주민 호스트 E -

호스트 E가 자신을 방문한 친구나 친척을 같은 장소에 데리고 가더라도 열기구를 탈 가능성은 크지 않다. 그것은 비싼 데다 “그렇게 감동적이진 않”은 것이기 때문이다. 그런데도 호스팅에서 이 일정을 유지하는 이유는 이것이 게스트의 흥미를 유발하는 요소이기 때문이다. 이것은 호스트가 개인적으로 장소를 이용할 때와 호스팅의 대상으로 같은 장소를 이용할 때 사용하는 방식이 달라짐을 의미한다. 일상적이거나 개인의 필요로 장소를 이용할 때와 달리, 호스트로서의 주민은 게스트의 선호를 고려하지 않을 수 없다.

게스트의 선호와 관련, 호스트들은 현지인과 만남을 소개하는 온라인 플랫폼을 이용하는 외국인 게스트들이 대개 한국 문화에 관심이 많고, 더 깊이 있는 한국인의 일상을 경험하기 원한다고 생각한다. 이는 호스팅을 경험에서 파악하는 점이기도 하고, 호스트 역시 관광객의 한 사람으로서 비슷한 생각을 하고 있기 때문이기도 하다. 즉, ‘새로운 도시 관광객’으로서의 성격을 가지고 있는 호스트는 자신과 비슷한 성격의 관광객을 위해 한국적인 혹은 로컬의 특색이 묻어나는 일정을 넣고자 한다. 해외여행 중 쿠킹 클래스에 참여한 경험이 있는 호스트 A는 다음과 같이 호스팅 장소를 선정, 구성했다고 설명한다.

“(서울 서남부에 있는) **동(洞)은 외국인 여행자가 일부러 방문할 만한 요인이 없는 곳이지만, 현지인만 있는 곳이라는 점이 게스트들에게 더 흥미롭게 느껴질 수 있겠다 싶었습니다. 그래서 근처 현대화된 재래시장에서의 ‘마켓 투어’를 프로그램에 일부러 넣었습니다. 실제로 지금까지 게스트들도 관광객이 가지 않는 현지인만 있는 동네를 방문했다는 점을 좋아한다는 걸 느꼈습니다.”

- 주민 호스트 A -

조금 더 들어가면, ‘준비된 호스트’가 되는 것은 게스트를 이해하고, 세상의 더 많은 문화적, 사회적 배경을 지닌 사람을 이해하는 과정이기도 하다. 채식주의자나 무슬림 게스트의 참여에 대비해 채식주의자가 식사할 수 있는 곳을 물색해두고(호스트 I, J), 게스트의 출신 국가에 맞춰

이야기를 풀어나갈 수 있는 지역 내 관련 장소들을 미리 알아두는(호스트 E) 등의 사전 작업을 하는 것이 그것이다. 에어비앤비 체험의 운영 정책상, 호스트는 게스트를 선별적으로 받아들일 수 없다.⁴⁾ 그리고 게스트의 리뷰(후기)는 등록된 프로그램을 평가하는 가장 중요한 기준의 하나이기 때문에, 호스트는 다양한 사회, 문화적 배경을 가지고 있는 게스트의 특성을 파악하고, 여기에 맞는 호스팅을 준비하는 유인이 생긴다. 호스팅을 준비한다는 것은 세상의 다양한 사람을 맞이할 준비를 해야 한다는 것을 의미하는 것이기도 하다.

마지막으로, 호스팅 전(全) 과정에 걸쳐 이뤄지는 게스트의 상호작용은 가이드로서 경험이 많지 않은 주민 호스트가 더 나은 ‘가이드’로 발전해 나가고, 관광 측면에서 장소를 사용하는 방식에 변화를 유발한다. 주민 호스트는 지역에 대한 게스트의 질문에 대한 답을 찾는 과정에서(호스트 L), 게스트가 후기로 남긴 개선사항을 통해(호스트 D) 호스팅 방식에 변화를 가한다. 게스트와의 상호작용이 호스트의 장소 사용 방식에 변화를 주는 모습은 다음의 사례를 통해 구체적으로 살펴볼 수 있다.

서울 용산의 한 가정에서 진행되는 한식 쿠킹 클래스 프로그램 참여관찰 당시, 미국에서 온 게스트는 호스트에게 “미국에서는 피트 단위(ft)를 사용하기 때문에 (집으로 찾아오는 안내문에 적힌) 600m가 어느 정도 거리인지 알 수 없었다”라며 “미국인은 호스트가 제공한 안내만으로는 목적지에 찾아오는 것에 어려움을 겪을 것”이라는 조언을 남겼다. 이에 호스트는 미터와 피트를 함께 적는 것으로 안내를 바꿨다가, 지금은 골목길을 직접 찾아오는 어려움을 원천적으로 해결하고자 근처 지하철역에서 만나 함께 골목을 걸어 집으로 오는 것으로 프로그램을 변경했다.

“호스팅을 몇 번 해보니까 찾아오기가 힘들었다는 사람들이 좀 있더라고요. 그래서 골목골목 찾아오게 하는 것보다는 차라리 오기 쉬운 곳에서 만나서 같이 걸어오는 게 낫겠다 싶더라고. 걸어오는 길이 요즘 젊은 사람들한테 유명한 동네니까 해줄 이야기도 있고”

- 주민 호스트 B -

처음엔 관광의 대상이 아니었던, 오히려 호스팅의 방해 요인이었던 ‘지하철역에서 호스트의 집까지 오는 골목길’이 지금은 호스트가 게스트에게 소개하는 새로운 관광의 대상이 됐다. 게스트와의 상호작용 과정을 통해 호스

팅 방식은 물론이고, 호스트가 지역을 이해하고 사용하는 방식에도 변화가 발생한 것이다. 주민과 관광객이 도시 경험을 공동으로 생산하고 소비하는 새로운 도시 관광의 특성이 드러난 사례로 볼 수 있다.

호스트와 게스트는 에어비앤비 체험 온라인 플랫폼을 통해 프로그램이 시작되기 전, 그러니까 예약을 위해 메시지를 주고받는 시점부터 프로그램 종료 이후 언제까지라도 지속적인 상호작용이 가능하다. 프로그램 시작 전에 주고받는 메시지가 프로그램의 원활한 진행을 위해 양측의 의견을 의사소통하는 과정이라면, 프로그램 종료 후 게스트가 공개 및 비공개로 남기는 후기는 에어비앤비에서 이용자 양측의 신뢰도를 결정짓는 평판 시스템(reputation system)의 핵심이 되기 때문에 호스트는 게스트의 후기에 무관심할 수 없다(Yannopoulou et al., 2013: 88-89). 따라서 게스트와 호스트의 상호작용을 통한 도시 경험의 공동 생산과 소비는 구조적인 차원에서 지속될 것으로 예상할 수 있다.

5. 관광 공간의 생산자이자 소비자로서 주민의 역할과 의미

이 연구는 지역 관광의 주요 행위 주체로 주목받고 있는 주민이 온라인 여행 플랫폼을 통해 관광객을 호스팅하기 위해 장소를 선정하고, 그곳을 관광의 대상으로 재구성하는 방식과 그 과정에서 드러나는 특성을 확인했다. 호스팅은 어디서나 가능하지만, 주민 호스트는 자신의 호스팅 동기와 목적에 맞춰 최적의 장소를 대상으로 선정한다. 호스팅 대상지를 선택한 호스트는 이것을 하나의 완성된 프로그램으로 구성하기 위해 장소를 (재)발견하고, 해석, 기획하는 장소성 만들기 작업을 수행한다. 일상 공간을 자신과 주민의 경험이 담긴 정서적 공간으로 승화시키고, 게스트에게 그 정서를 전달해 관광의 대상으로 변형시킨다. 물리적 공간과 환경을 기획하고, 그 안에 담긴 내용과 프로그램을 개발하는 과정은 공간을 장소화하는 과정(이무용, 2006: 43-44)으로, 주민 호스트는 장소 마케터이자 로컬 크리에이터 역할을 한다. 연구 결과와 그것이 지니는 의미를 정리하면 다음과 같다.

먼저 부업이나 취미로 호스팅하는 주민 호스트는 호스팅 대상지를 자신의 장소 경험에 기반해 선정하는 경향을 보

인다. 이들이 선택하는 호스팅 대상지는 개인적인 의미가 담긴 장소(place)이거나 주민의 일상적 활동이 벌어지는 공간으로, 호스트의 일상, 여가 패턴과 관련되며 로컬로서 장점을 드러낼 수 있는 장소다. 동시에 이런 곳들은 호스트가 관광의 대상으로 경쟁력을 갖추고 있거나 소개할만한 가치가 있다고 생각하는 곳이다. 주민의 선택은 일상적 실천의 산물이지만, 스스로가 전 지구적 이동성을 가지고 있는 관광객이기도 한 주민은 관광객으로서 자신의 경험과 자신을 찾는 관광객의 성격을 고려해 독특한 가운데 보편성을 지니는 관광 대상을 고려하는 것이다. 이처럼 관광 공간 생산의 주체로서 주민 호스트는 일상적이고 개인적인 곳으로 관광객을 불러들여 개별 관광객이 도시의 더욱 폭넓은 곳에서 다양한 경험이 이뤄지는 것을 가능하게 한다. 지역 관광 공간의 개발자이자 공급원인 주민의 활동으로 도시 관광의 영역은 공간적, 내용적으로 확장될 수 있다.

다음으로 주민 호스트가 일상적인 환경을 관광의 대상으로 재구성하는 방식과 그 특징에 관해 탐구했다. 완성된 프로그램을 기획하기 주민 호스트는 선택한 장소에 대한 장소성 만들기 작업을 수행한다. 관광의 맥락에서 일상적 환경을 반추하고, 관광적 요소를 고려해 일상 공간을 재구성하는 과정에서 주민 호스트는 익숙한 곳의 새로운 측면을 발견하고, 익숙한 환경은 새로운 관광의 대상이 된다. 주민 호스트가 지역 관광의 생산자로 기능하는 이 과정은 동시에 주민이 익숙한 환경을 재인식하고, 지역을 관광 측면에서 소비하는 과정이기도 하다. 호스트 역할을 수행하기 위해 준비하는 과정에서 일종의 관광 경험을 하게 된다는 점에서, 이것을 ‘호스트 관광(hostourism)’이라는 용어로 칭하고자 한다. 현상을 설명하는 용어를 통해 지역 관광에서 주민 호스트의 역할과 성격 이해에 도움을 줄 수 있다.

한편 호스팅 과정에서 이뤄지는 게스트와의 상호작용을 통해 호스트가 지역을 이해하고 사용하는 방식에 변화가 발생하기도 한다. 호스트의 장소 경험이 게스트에게 일방적으로 흘러가는 것이 아니라, 현장에서의 경험이 공동 생산되고, 소비되는 새로운 도시 관광의 특징을 보여준다. 지속적인 사용을 위해 서로에게 좋은 평을 얻어야 하는 온라인 여행 플랫폼 특유의 ‘평판 시스템’은 게스트와 호스트 사이의 상호작용과 이를 통한 도시 관광 공간의 공동 생산과 소비를 강화하는 제도적 장치로 기능할 것으로 기대된다.

연구 결과를 도식화하면 아래의 그림 1과 같다.

로컬의 삶에 관심을 두는 관광 경향은 관광지 현지의 주민

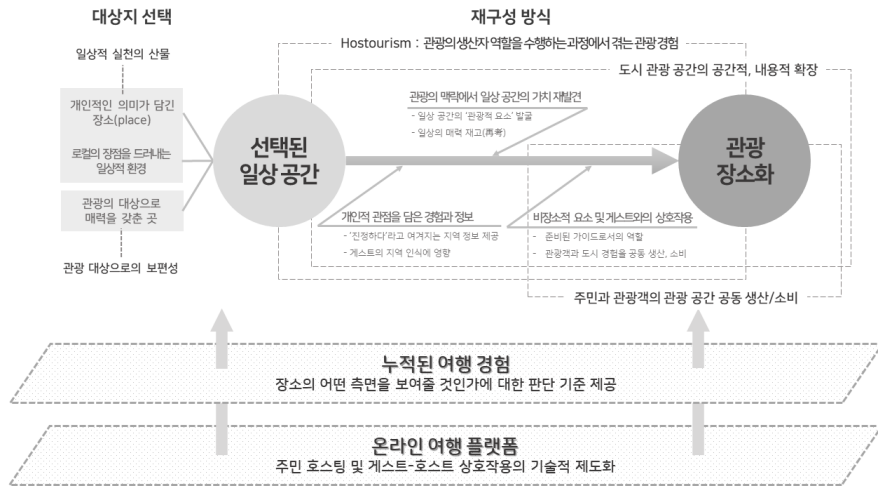


그림 1. 주민 호스팅에 의한 일상 공간의 관광 장소화

그림 출처 : 저자 직접 작성

이 하는 것, 주민에게 인기 있는 것을 관광객도 하려는 방향으로 나아가고 있다. 더불어 관광의 소비자로서, 언제든 다시 관광객이 될 준비가 되어있는 지역 주민은 자신의 경험을 토대로 관광객이 원하는 것을 알고 있다. 온라인 여행 플랫폼을 통해 지역 관광의 생산자가 된 주민 호스트는 '진정한' 로컬 경험을 꿈꾸는 다른 관광객을 위해 일상 공간을 재구성해 관광의 대상으로 꾸며낸다. 주민 호스트의 등장과 성장으로 도시의 더 많은 지역이 더 다양한 방식으로 관광 생산과 소비의 대상이 되고 있다.

물론 이렇게 관광 장소가 된 공간이 새로운 도시 관광객으로서 주민 호스트와 관광객의 선호에 맞춰진, 지역의 단편적인 모습을 보이는 데 그치고 있다는 비판 역시 합리적이다. 또한, '남는 방 한 칸을 공유하는' 초기 설정에서 벗어나 사실상 거대한 숙박 예약 사이트가 된 에어비앤비 사례처럼, 플랫폼 자체의 성격이 변화할 경우, 거기에 참여하는 주민의 성격 역시 변화할 수 있다는 점은 향후 연구에 있어 염두에 뒤야 할 사안이다. 그럼에도 지역 관광 및 관광지 장소 이미지 생산의 주체로서 주민 호스트의 등장은 더 넓은 차원에서 생산과 소비의 경계가 허물어지는 4차 산업사회 사회적 변화의 한 사례이며, 관광에서 이러한 경향이 가속화되고 있다는 점에서 중요하게 다뤄질 필요가 있다는 점 역시 분명하다.

새로운 도시 관광의 경향이 강화되는 과정은 도시의 일상으로 파고드는 관광객이 이끄는 현상으로 여겨져 왔고,

따라서 연구는 관광객을 중심으로 이뤄져 왔다. 그러나 이 연구는 온라인 여행 플랫폼 등을 통해 지역 관광에 적극적으로 참여하는 주민을 연구대상으로 삼아, 일상 공간의 관광 장소화 과정에서 이들이 수행하는 역할을 분석함으로써, 새로운 도시 관광을 공급자 측면에서 복합적으로 이해하려는 시도라는 점에서 의의가 있다.

주

- 1) 주로 특정 공간을 방문하고, 방문하는 곳이 호스팅의 성격을 결정하는 데 중요하게 작용하는 프로그램의 호스트를 심층 인터뷰 대상으로 삼았다. 이를테면, 신촌에서 만나 서대문구 안산에 함께 올라 야경을 감상하고, 내려와 동네 치킨 집에서 치맥을 하는 프로그램의 호스트를 연구 대상으로 삼았지만, 경복궁 옆 공방에서 함께 도자기를 만드는 클래스의 호스트는 연구 대상에서 제외했다.
- 2) 주민 호스트의 일상적 실천의 결과인 호스팅 대상지는 서울 각지에서 벌어지기 때문에 구체적인 장소를 명기할 경우 인터뷰 대상자의 신원이 노출될 우려가 있어 불가피한 경우를 제외하고 장소명을 써넣지 않았다. 장소를 적어도 신원 노출의 우려가 낮은 경우에는 장소명을 써넣었다.
- 3) 에어비앤비 체험(Airbnb Experience)의 출범 당시 명칭은 'Airbnb Trips'(국문명 '에어비앤비 트립')였으나, 2018년 지금의 명칭으로 변경됐다. 한국에서는 이후로도 '에어비앤비 트립'이라는 명칭을 사용하다, 2019년 하반기부터 '에어비앤비

체험'을 공식적으로 사용했다. 심층 인터뷰에 참여한 일부 호스트의 경우 '체험' 대신 '트립' 혹은 '투어'라는 용어를 사용하는 것은 이에 따른 혼선으로, 심층 인터뷰 내용을 인용할 때는 호스트의 발언을 그대로 옮겼다. 따라서 이하 내용에는 '체험'과 '트립', '투어'가 혼용되며, 때에 따라 영문명인 '익스피리언스(experience)'로 표현한 호스트도 있음을 밝힌다.

- 4) 에어비앤비 체험은 호스트가 게스트를 임의로 배제할 수 없고, 호스트가 참여 가능한 최대 인원은 설정할 수 있지만, 최소 인원은 설정할 수 없게 되어있다. 즉, 게스트가 누구라도 참여를 신청하면 호스트는 호스팅을 진행해야 한다. 물론 호스트가 예약을 임의로 취소할 수 있지만, 약천후 등 잠재 가능한 상황이 아니라면, 임의 취소 이후의 운영에 있어 에어비앤비 차원의 패널티가 부과된다.

참고문헌

고동완, 2012, "일상의 관광화 관광의 일상화," 한국관광정책, 49, 8-14.

김사현, 2006, 국제관광론: 국제관광 현상의 사회문화론적 해석, 백산출판사, 서울.

반정화, 2016, "관광경험 제고와 공유경제," 한국관광정책, 63, 22-31.

송운강·박용숙, 2018, "공유경제의 규제방법 모색을 위한 시론적 연구," 강원법학, 55, 353-401.

송화성·조경신, 2015, "문화관광객의 동기에 따른 시장세분화," 관광연구, 30(6): 27-46.

심창섭·상삼요, 2017, "도시관광에서 현대적 진정성의 의미: 신사동 가로수길의 중국인 개별 관광객에 대한 에스노그라피," 관광연구, 32(2), 429-447.

오정준, 2004, "탈분화의 공간적 반영: 제주관광을 사례로, 대한지리학회지," 39(3), 391-408.

오정준, 2021, "관광과 일상의 결합에 관한 소고, 한국경제지리학회지," 24(1), 14-28.

이무용, 2006, "장소마케팅 전략의 문화적 개념과 방법론에 관한 고찰," 대한지리학회지, 41(1), 39-57.

이민영, 2018, "공장형 패키지 상품에서 세상에 단 하나뿐인 여행작품까지: 전 지구적 IT의 발전에 따른 한국 여행산업 및 호스트게스트 구조의 변화," 비교문화연구, 24(3), 93-128.

이원희·박주영·조아라, 2019, 관광 트렌드 분석 및 전망: 2020-2024, 한국문화관광연구원

Brewer, J. and Dourish, P., 2008, Storied spaces: Cultural

accounts of mobility, technology and environmental knowing, *International Journal of Human-Computer Studies*, 66, 963-976.

Cohen, E., 1974, Who is a tourist?: A conceptual clarification, *The Sociological Review*, 22(4), 527-555.

Dirksmeier, P. and Helbrecht, I., 2015, Resident perceptions of new urban tourism: A neglected geography of prejudice, *Geography Compass*, 9(5), 276-285.

Dredge, D. and Gyimothy, S., 2015, The collaborative economy and tourism - Critical perspectives, questionable claims and silenced voices, *Tourism Recreation Research*, 40(3), 286-302.

Edensor, T., 2001, Performing tourism, staging tourism: (Re) producing tourist space and practice, *Tourist Studies*, 1(1), 59-81.

Edwards, D., Cheng, M., Wong, I. and Wu, J., 2017, Ambassadors of knowledge sharing: Co-produced travel information through tourist-local social media exchange, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(2), 690-708.

Füller, H. and Michel, B., 2014, 'Stop Being a Tourist!' New dynamics of urban tourism in Berlin-Kreuzberg, *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(4), 1304-1318.

Guttentag, D., 2015, Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector, *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1-26.

Hohmann, S., 2018, *Stadttourismus im digitalen Zeitalter: Am Beispiel von Berlin*, Masterarbeit, Hochschule für nachhaltige Entwicklung (=Urban tourism in the digital age: the example of Berlin, M.A dissertation, College for Sustainable Development), Eberswalde, Germany.

Jeade, I. and Carter, C., 2011, In TripAdvisor we trust: Rankings, calculative regimes and abstract systems, *Accounting, Organizations and Society*, 36(4), 293-309.

Jeuring, J. and Diaz-Soria, I., 2017, Introduction: Proximity and intraregional aspects of tourism, *Tourism Geographies*, 19(1), 4-8.

Karlsson, L. and Dolnicar, S., 2016, Someone's been sleeping in my bed, *Annals of Tourism Research*, 58, 159-162.

Lampinen, A. and Cheshire, C., 2016, Hosting via Airbnb:

- Motivations and financial assurances in monetized network hospitality, *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*.
- Larsen, J., 2008, De-exoticizing Tourist Travel: Everyday Life and Sociality on the Move, *Leisure Studies*, 27(1), 21-34.
- Larsen, J., 2019, Ordinary tourism and extraordinary everyday life: Rethinking tourism and cities, In Frisch, T., Sommer, C., Stoltenberg, L. and Stors, N. (eds.), *Tourism and Everyday Life in the Contemporary City*, Abingdon, Oxon; New York, Routledge, NY.
- Li, X., Cheng, C., Kim, H. and Petrick, J. F., 2008, A systematic comparison of first-time and repeat visitors via a two-phase online survey, *Tourism Management*, 29(2), 278-293.
- Maitland, R., 2008, Conviviality and everyday life: The appeal of new areas of London for visitors, *International Journal of Tourism Research*, 10(1), 15-25.
- Maitland, R., 2010, Everyday life as a creative experience in cities, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 176-185.
- Matoga, Ł. and Pawłowska, A., 2018, Off-the-beaten-track tourism: A new trend in the tourism development in historical European cities. A case study of the city of Krakow, Poland, *Current Issues in Tourism*, 21(14), 1644-1669.
- Metro-Roland, M., 2011, *Tourists, Signs and the City: The Semiotics of Culture in an Urban Landscape*, Ashgate, Surrey.
- Molz, J. G., 2012, *Travel Connections: Tourism, Technology and Togetherness in a Mobile World*, Routledge, Abingdon.
- OECD, 2016, Policies for the tourism sharing economy, In *OECD Tourism Trends and Policies 2016*, OECD Publishing, Paris.
- Pappalepore, I., Maitland, R. and Smith, A., 2014, Prosuming creative urban areas: Evidence from East London, *Annals of Tourism Research*, 44, 227-240.
- Postma, A., Buda, D. and Gugerell, K., 2017, The future of city tourism, *Journal of Tourism Futures*, 3(2), 95-101.
- Rakić, T. and Chambers, D., 2012, Rethinking the consumption of places, *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1612-1633.
- Richards, G. and Wilson, J., 2007, Tourism: from culture to creativity?, In Richards, G. and Wilson, J. (Eds.), *Tourism, Creativity and Development*, Abingdon, and New York, Routledge, NY.
- Richards, G., 2011, Creativity and tourism: The state of the art, *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.
- Saarinen, J., 2017, Enclavic tourism spaces: Territorialization and bordering in tourism destination development and planning, *Tourism Geographies*, 19(3), 425-437.
- Shim, C. and Santos, C., 2014, Tourism, place and placelessness in the phenomenological experience of shopping malls in Seoul, *Tourism Management*, 45, 106-114.
- Stors, A. and Baltés, S., 2018, Constructing Urban Tourism Space Digitally: A Study of Airbnb Listings in Two Berlin Neighborhoods, *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*.
- Stors, N. and Kagermeier, A., 2017a, The sharing economy and its role in metropolitan tourism, In Gravari-Barbas, M. and Guinand, S. (eds.), *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises*, Routledge, London.
- Stors, N. and Kagermeier, A., 2017b, Airbnb-Gastgeber als Akteure im New Urban Tourism: Beweggründe zur Partizipation aus Anbieterperspektive (=Airbnb hosts as actors in New Urban Tourism: motivations for participation from the provider's perspective), *Geographische Zeitschrift*, 105(3-4), 190-224.
- Stors, N. and Stoltenberg, L., Sommer, C. and Frisch, T., 2019, Tourism and everyday life in the Contemporary City: An introduction, In Frisch, T., Sommer, C., Stoltenberg, L. and Stors, N. (eds.), *Tourism and Everyday Life in the Contemporary City*, Abingdon, Oxon; New York, Routledge, NY.
- Strauss, A. and Corbin, J., 1998, *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, Thousand Oaks, SAGE Publications, California.
- Tuan, Y. F., 1977, *Space and Place: The Perspective of Experience*, University of Minnesota Press, Minneapolis. (=구동화심승희 공역, 공간과 장소, 대운, 서울).
- Uriely, N., 2005, The tourist experience: Conceptual Developments, *Annals of Tourism Research*, 32(1), 199-216.

Urry, J. and Larsen, J., 2011, *The Tourist Gaze 3.0*, Sage Publications.

Yannopoulou, N., Moufahim, M. and Bian, X., 2013, User-Generated Brands and Social Media: Couchsurfing and Airbnb, *Contemporary Management Research*, 9(1), 85-90.

교신 : 김주락, 08826, 서울특별시 관악구 관악로 1, 서울대학교 지리학과 BK21 4-Plus 미래국토공간 혁신 교육연구단(이메일: rakka120@snu.ac.kr, 전화: 02-880-2109)

Correspondence : Jurak Kim, BK21 4-Plus Innovations for the Future Land Space, Department of Geography, Seoul National University, 1, Gwanak-ro, Gwanak-gu, Seoul, 08826, Republic of Korea(E-mail: rakka120@snu.ac.kr, Phone: +82-2-880-2109)

최초투고일 2021. 9. 23

수정일 2021. 10. 22

최종접수일 2021. 10. 23