

공정여행, 방문객과 지역주민의 상생의 길

Fair Travel, as a Way to Win-win of Host & Guest

양승훈*

Yang, Soung-Hoon

I. 서 론

지난 수년간의 정치적 경제적 성공이 가져온 반감지 않은 성장 패러독스(paradox)는 치솟는 청년 실업, 높은 자살률 등으로 구체화된 결코 높지 않은 행복지수로 요약되고 있다. 잠시나마 숨을 고르고 뒤를 돌아볼 때이다. 앞만 보고 달려온 사람은 뒤에서 힘겹게 따라 오는 사람에게 손을 내밀 때이다. 이러한 승자독식의 무한질주 레이스가 정해진 게임의 룰 속에서 진행되었는지, 그리고 정해진 게임의 룰이 과연 누구나가 납득할 수 있을 정도로 공정한 것이었는지를 되짚어 볼 때이다. 오늘날 우리 사회는 공정(fair)이라는 거대 담론을 대면하고 있다.

공정에 관한 논의는 멀리 회랍의 아리스토텔레스(Aristotle)로부터 찾을 수 있는데 공정함으로서의 정의(justice)를 평등의 개념으로 접근하고 있다. 첫 번째로 법을 준수하는 것과 두 번째로 과다한 이익을 탐내지 않는 것 즉 사람들 사이에서 이해의 배분과 귀속에 관하여 과다 또는 과소에 치우친 취급을 하지 않는다는 의미에서 균등을 원리로 배분하는 것 두 가지로 요약된다(강희원, 2003). 롤스(Rawls, J)는 그의 논문 제목에도 나와 있듯이 「공정으로서의 정의(justice as fairness)」를 제시하고 있으며 그의 저서인 『정의론(the theory of justice)』을 통해 정의의 기본 관념을 공정으로 보며 사회계약론적 입장에서 각자가 미리 정해진 규칙을 따라 행동하기만 하면 결과가 어떻게 되든지 각자는 이에 대한 이의를 제기하면 안 되며 그 합의된 원칙이나 규칙은 구성원 간에 맺어진 약속이나 계약이기 때문에 이를 위반하면 부당하다는 것을 지적하고 있다(이환구, 1995).

이와 같은 공정이라는 것이 사회 구성원들이 당연히 받아들이고 이의를 제기할 수 없는 자연법적인 진리임에도 불구하고 사회의 공정성이 확보되어야 한다는 것은 우리가 살고 있는 사회가 그만큼 공정과 거리가 멀다는 것을 반증하는 것이며 정부가 국정화두¹⁾로서 공정에 강한 드라이브를 걸지 않을 수 없는 것은 그만큼 중요하고도 시급한 사안이기 때문이다.²⁾

산업적 측면에서 공정의 개념은 공정무역(fair trade)에서 시작된다. 공정무역이란 자유무역(free trade)와 대비하여 개발도상국이 취약한 생산자들에게 착취적인 것이 아니라 호혜적인 조건하에서

* 신라대학교 상경대학 호텔관광이벤트학과 교수, shyang@silla.ac.kr

1) 공정한 사회는 출발과 과정에서 공평한 기회를 주되 결과에 대하여 스스로 책임을 지는 사회입니다. 공정한 사회에서는 패자에게 또 다른 기회가 주어집니다. 넘어진 사람은 다시 일어 설수 있고 일어선 사람은 다시 올라설 수 있습니다. 영원한 승자도 패자도 없습니다. 이러한 사회라면 승자가 독식하지 않습니다(이명박대통령, 2010년 65주년 광복절 축하 발제)

2) 지난 2010. 10월에 개최된 T20 관광장관회의를 통해서 개도국과 선진국간의 관광 동반성장, 관광분야의 녹색경제와 공정관광을 증진시키는데 합의함으로써 정부의 핵심지표가 국제적인 지향점과 밀접하게 연계되어 있음을 확인하였다(공감코리아, 2010.10.15)

시장에 대한 접근성을 제공함으로써 절대빈곤을 벗어날 수 있는 기회를 제공하는 것을 목적으로 하는 대안무역의 한 형태인데 제1세계의 각성된 소비자와 제3세계의 가난한 생산자간의 재접속을 지향한다(엄은희, 2010). 또한 기업차원에서도 지금까지 기업이 존재해 왔던 원동력으로서 불확실성에 대한 도전으로서의 기업이 정신 역시 앞으로 존재하기 위한 새로운 성장 동력으로서 공정한 기업가 정신 즉 사회적 책임경영, 대기업과 중소기업간의 동반자적 관계정립(김병직, 2010.10.14) 등이 필요한 시점이다.

관광은 사회현상이면서도 산업적 대상이다. 관광지에서 방문자(guest)와 현지주민(host) 간에 문화적 상호작용으로서의 관광현상이지만 손님에 대한 호의가 아니라 방문자는 단순한 체류자, 침입자로 간주될 수 있고 현지주민은 방문자에 대하여 양면적, 적대적인 반응을 표출하는 등(유지운, 2001) 갈등 관계를 내포할 수 있으며 이는 양자 간이 불평등한 관계를 반증하는 것이기도 하다. 또한 방문자와 현지주민의 관계는 공정무역에서 보여주었던 제1세계의 각성된 소비자와 제3세계의 가난한 생산자간의 관계를 재생산하고 있다. 관광상품을 산업적 대상으로 하는 관광기업 역시 공정한 기업가 정신의 무장을 촉구 받고 있으며 이는 매스투어리즘의 문제점을 극복하면서 규모에 책임을 지고(적정관광), 호스트공동체의 문화를 존중하면서(저 영향관광), 일상을 벗어나 이국적인 매력을 추구하는 게스트의 관광행동을 매도하지 않으며(연성관광) 즉 관광경제의 구체적인 현실인 대중관광과 새로운 일체의 책임관광(responsible tourism)이라는 네오투어리즘을 만들어 냈다(최석호 · 김남조 · 최승담 · 김봉중, 2008). 이러한 일종의 산업구조의 변화는 소비자로서의 관광객 각성과 책임성을 가지는 여행사들을 양산하기 시작한다. 그리고 공정사회의 커다란 틀 속에서 공정여행(fair travel), 공정관광(fair tourism) 등 관광담론에 이 무성해지고 있다. 관광담론은 의식적 무의식적으로 잠재적인 관광객의 동기과 관광지의 선택에 영향을 미친다(닝왕, 이진형·최석호 역, 2004)는 점을 고려할 때 관광객의 인식 변화와 여행사를 포함하는 제반 여행소재 공급자들의 시장 변화에 대한 적응을 가져올 것이며 오히려 핵심역량화 할 수도 있을 것이다. 신이 인간에게 준 것은 선하고 공정하고 아름다운 것이므로 미래에는 평판이 좋지 못한 기업은 사업하기가 어려워지는 기업 평판(corporate reputation)의 시대가 도래 할 것이므로 선함이 그리고 고객이 행복을 느끼게 하는 것이 궁극적인 경쟁력이 될 것이다(손대현 · 장희정, 2010).

공정을 구현하는 데 있어 “좋은 놈, 나쁜 놈, 이상한 놈(the good, the bad and the ugly)” 식의 이분법 혹은 삼분법적인 도식을 통해 도덕적인 선을 강조하는 것도 중요하지만 궁극적으로 경제 주체로서 호모이코노미쿠스(homo economicus)적인 부분을 간과해서는 안 된다. 호스트와 게스트와의 관계는 사회·문화현상이기도 하지만 동시에 경제 현상이기 때문에 각 주체의 넓은 의미에서 경제성을 확보해 줄 필요가 있다. 여기서 경제성이라는 것은 화폐가치로 환산되는 것 이상의 무엇을 포함하는 개념이며 방문자 혹은 관광객이기 때문에 일방적인 희생을 강요받아서 안된다는 것이며 지역주민이기 때문에 일방적인 관계에서 오는 편익을 누려서는 안된다는 것이다. 양자가 서로 간에 같이 살아갈 수 있는 길이 모색되어야 하는 것이다. 따라서 공정여행이란 호스트와 게스트간의 상생의 방법이다.

공정사회의 담론은 정의, 자율, 책임 등과 연관되고 있다(박경아, 2010.10.2)다고 하나 무엇이 공정인지에 관한 언어적 정립과 사회적 합의가 이루어지지 않고 있지만(권일현, 2010.10.15), 본 연구

를 통해 그간 부분적으로 제시되어온 공정여행들의 정리를 통해 개념틀을 만들어 보고자 한다. 그리고 개념화된 공정여행을 구현하는 방법을 제시하였다.

II. 공정여행의 현황

공정여행은 다양한 형태로 불리우고 있는 데 책임여행(responsible tourism)과 동의어로 쓰이고 있으며 더 넓게 지속가능한 관광, 생태관광 등과 혼용되기도 하며 한국에서는 NGO 단체를 중심으로 착한 여행이라고 불리우기도 한다. Fabricus & Goodwin(2002)은 책임여행을 경제적, 환경적, 사회적 측면의 최소화된 부정적 영향, 지역민을 위해 경제적 이득 및 행복, 지역민의 의사결정 참여시킨다, 다양성과 자연과 문화유산 보호, 지역민들과 더 의미 있는 접촉과 이해, 육체적 장애인등 취약계층의 접근성 확보, 관광객과 지역민 간 존중심 등으로 요약하고 있다(김난영, 2010) 책임관광은 관광과 관련된 모든 주체간의 책임성을 강조한다는 측면에서 지속적인 관광과 차별화되며 문화적, 경제적, 환경적, 사회적 책임성 이른바 책임관광의 4부분을 강조한다(최영정·최규환, 2009)

공정여행은 불합리한 관광산업의 현실을 직시하고 1970년대 대두한 사회적 책임여행, 생태관광 등에서 시작되어 2001년 전 세계 200여 곳의 NGO, 공동체, 여행사, 연구소 등이 공정여행 네트워크에 참여했고 해마다 세계사회포럼 책임여행국제대회, 세계공정무역포럼 등에서 공정여행그룹들이 모여 공정여행에 대한 정의, 지침, 규정 등의 합의를 도출하였다(새가정사편집부, 2010.3) 즉 기업의 사회적 책임(CSR), 이해관계자를 비롯해 사회구성원들이 기업에 대해 기대하는 경제적 환경적 윤리적 책임을 부응하면서 비즈니스를 추구하는 것인데 이른바 triple bottom line이라고 하는 인간, 지구 환경 그리고 수익사이에서 균형 감각을 잃지 않고 경영하는 것(이정민, 2009)을 여행사가 도입하는 것이다.

책임여행은 책임있는 여행자와 현지여행사를 연결해주는 여행프로그램으로서 현재 슬로트레블(www.slowtravel.co), 그린글로브(www.greenglobe.org), 에티칼에스케이프(www.ethicalescape.co.uk), 책임여행사(www.responsibletravel.com) 등과 미국의 윤리적 여행자(www.ethicaltraveler.org) 등 시민단체들이 있다. 한국에서는 트래벌러스맵이 있는데 서울시 하자센터(서울시립청소년 직업 책임센터)의 창업프로젝트인 ‘여행협동조합 MAP로 출발하여 2009년 여행사로 등록하였고 서울시의 창업 인큐베이팅과 함께 노동부의 사회적 일자리 지원사업을 받고 있다. 기존의 패키지 여행상품과 다른 대안적 여행상품의 개발과 여행문화 보급을 통해 공정여행을 지향한다. 문학기행, 도보기행, 여성트레킹 등 틈새시장의 개발에 노력하고 있다. 주요 사업으로는 국내외 대안 여행상품(네팔, 일본, 필리핀, 서울투어, 지리산길, 제주올레, 진안, 곰배령 등)과 “지리산 할머니네 홈스테이”와 같은 국내 지역 연계형 숙박사업, 청소년 여행학교 “로드스콜라”, “다문화 가정을 위한 다문화 수학여행” 등 청소년 및 아동대상 교육상품에 노력한다. 이상을 요약하면 공정여행을 기획 및 운영하고 그 사업의 수익은 사회적 목적을 위해 지역공동체에 재투자하는 선순환구조를 확립한다. 따라서 해외여행상품은 해외 NGO가 운영하는 숙소, 식당, 카페 등을 이용하며 현지가이드로 한국의 이주 노동자를 고용하며 가이드 및 포터에게는 공정임금을 지급한다. 히말라야 트레킹 여행상품의 경우에는 네팔의

사회적기업 여행사인 “3sisters”와 연계해서 진행한다. 또한 착한여행이란 원래 2008년 평화를 위해서 일하는 사람들의 그물망인 이매진피스에서 공정여행 축제를 연 데 이어 공정여행을 연구하고 나누는 여행인 문학모임을 시작되어, 비영리 NGO 단체인 아시안브릿지의 내부프로젝트팀(SMART: social marketer for Asia's responsible travel)으로 출발했는데 이는 생태문화프로젝트로서 한국인들의 해외패키지의 목적지인 동남아국가들을 대상으로 대안상품을 개발하며 별도의 독립여행사인 (주) 착한여행을 설립했다. 주요 사업 분야로는 아시아 지역 착한 여행상품 기획 및 개발(캄보디아 메콩강 기행), 색깔 있는 여행학교 운영 생태여행 가이드 교육하며 이를 위해 국내 이주민을 대상으로 통역가이드 교육을 통해 가이드를 육성하고 있다. 동남아 청소년수학여행단 여행상품을 개발하며 저소득층 청소년 여행을 지원할 예정이다. 여행관련 공정부역 여행상품 온라인 쇼핑몰 개발하고 착한 숙소(eco-lodging) 인증 및 리스트를 구축하고자 한다(신용석, 2009). 아울러 여행을 통한 탄소상쇄 기금 모집 캠페인에 주력하고 있다. 대기업 차원에서의 움직임도 활발한데 하나투어의 경우 투어챗런지라는 여행장학프로그램에서 공정여행 공모를 실시하기도 했다(임영신, 2009)

각 공정여행 관련 단체에서는 공정여행에 대한 가이드라인을 제시하고 있다. 트래벌러스맵은 현지인이 운영하는 회사나 교통수단 등을 이용하기, 걷거나 자전거 타기 등 탄소배출을 줄이며 궁극적으로 지역소비를 늘리고 생산품의 유통활성화를 통해서 부가가치를 창출함에 있다. 보다 구체적으로 ① 여행경비가 현지인에게 직접 전달되어 지역경제에 도움이 될 수 있게 한다. 이를 위해 현지인이 운영하는 숙소나 홈스테이, 현지가이드 및 현지음식, 현지 교통수단을 이용한다 ② 지속가능한 미래를 위해 탄소배출을 최소화 한다. 이를 위해 가능한 걷고 자전거를 타거나 탄소배출이 제일 큰 비행기는 최소화하고 기차, 버스, 배를 통해서 이동한다. ③ 여행지에 미치는 환경영향을 최소화한다. 이를 위하여 일회용품은 가급적 사용하지 않고 물 사용량을 줄이며 자연환경을 훼손하는 행위를 하지 않는다. ④ 현지인을 착취하거나 동물을 학대하는 일체의 행위를 하지 않는다. 예를 들어 아동노동, 포터혹사, 성매매, 동물쇼, 코끼리투어 등에 참여하지 않는다. ⑤ 지역의 산물을 직접 구매하거나 공정무역 제품을 구매한다. ⑥ 여행사업의 수입은 사회적 목적을 위해 재투자한다. 즉 일자리 창출과 취약계층 여행지원, 청소년 교육 지역개발 등에 재투자한다. ⑦ 현지인과의 여행자 교류를 최우선적으로 생각하고 기획한다 ⑧ 지역의 공동체를 지원하거나 기부금을 마련하는 여행을 기획한다.

공정여행가이드북 『희망을 여행하라』에서는 공정여행의 십계명으로 지구를 돌보는 여행만들기, 다른 이의 인권을 존중하는 여행하기, 성매매를 하지 않는 여행하기, 지역에 도움이 되는 여행하기, 윤리적으로 소비하는 여행하기, 친구가 되는 여행하기, 다른 문화를 존중하는 여행하기, 상대를 존중하며 약속 지키는 여행하기, 기부하는 여행하기, 행동하는 여행하기 등을 제시하고 있다(이혜영·임영신, 2009).

태평양지역관광협회(PATA)는 책임여행의 십계명으로, 현지경제에 도움이 되도록 소비하며, 어린 이에게 사탕이나 선물, 돈을 주지 않으며, 간단한 현지어를 미리 배우며, 현지물가를 존중하며, 흥정은 적당히 하며, 인물사진은 물어보고 찍고, 멸종위기종으로 만든 제품은 피하며, 문화적 차이와 금기를 미리 배우고 존중하며 현지 드레스코드에 맞추고 현지의 정치, 사회현상을 미리 알라두는 것을 권고하고 있다.

아울러 2009년 2월 21부터 3월1일까지 8박9일의 국내최초로 패키지 공정여행을 주최해 소수민족

과 차마고도로 유명한 국제민주연대의 공정여행 권장사항에 따르면 ① 현지인을 만날 때에는 열린 마음으로 항상 웃는 행동을 권장한다. ② 겸손한 마음가짐과 조심스런 행동을 권장한다. 우리의 기준으로 판단하여 미개하다거나 불결하다거나 종교적 차이 등으로 인하여 무례를 범하지 않는다. ③ 보디랭귀지를 적극 권장한다. 언어가 통하지 않는다고 의사소통을 하지 않고 통역에만 의지하려하지 말라 ④ 100% 현지식의 식사를 한다. 한국관광객들이 외국여행에서 선호하는 한국식의 식사를 제공하는 음식점은 거의 100%의 외지의 자본이 들어온 경우가 많으므로 원래 음식점사를 하고 있었던 현지사람들의 음식점을 찾을 것을 권함 ⑤ 차를 오래 탄다고 불평하지 말라. 공정여행에서는 어마어마한 화석연료 소비의 대상인 항공여행을 자제한다. ⑥ 군것질을 적극 권장한다. 보이는 대로 군것질을 많이 하시길 바란다. ⑦ 시시때때로 쇼핑을 많이 하기를 권장한다, 현지인들의 경제에 가장 도움을 줄 수 있는 방법이다. 대형쇼핑센터에서 들르는 시간이 전혀 없고 오히려 현지 소수민족들의 역사의 숨결이 담겨있는 민속공예품들이 저렴한 가격에서 판매되는 것에 주목하라 ⑧ 팁문화를 권장한다. 숙소와 식당, 운수회사, 여행지 등 그곳에서 일하는 노동자들은 저임금에 시달리고 있으므로 그들에게 직접 전달되는 팁문화를 권장한다. ⑨ 최대한 1회용 세면도구의 사용일 줄이고 세면도구는 꼭 준비하라 ⑩ 내복등 속옷을 충분히 가져가라. 그 정도의 온도에 적응해서 살아가는 것이 그들의 일상이다. ⑪ 가이드가 없다. 여행기획자와 통역자가 함께 하지만 이들 역시 공정여행 참가자들과 함께 여행을 즐기는 사람들이다(인물과사상사 편집부, 2009.7).

임영신(2009.9)는 공정여행이 지켜야 할 것을 ① 지구를 돌보는 여행, ② 다른 이의 인권을 존중하는 여행 ③ 다른 이의 삶을 파괴하지 않는 여행 즉 성매매하지 않는 여행 ④ 지역에 도움이 되는 여행 ⑤ 윤리적으로 소비하는 여행 ⑥ 친구가 되는 여행 ⑦ 다른 문화를 존중하는 여행 ⑧ 사진을 찍을 땐 허락을 구하고 약속한 것이 있다면 지키는 여행 ⑨ 기부하는 여행 ⑩ 행동하는 여행: 국경을 넘는 여행, 경계를 넘는 만남 등 으로 정리하고 있다.

이와 같은 여행기업의 경우에는 사회적 책임활동 사회공헌, 건전한 관광환경조성, 각종 관광지원 활동 등은 여행사에 대한 긍정적인 이미지를 향상시키고 서비스 품질평가에 영향을 미치며 더 나가 구매행동에도 긍정적인 영향을 끼치는 것으로 나타났다(안현영, 2010)

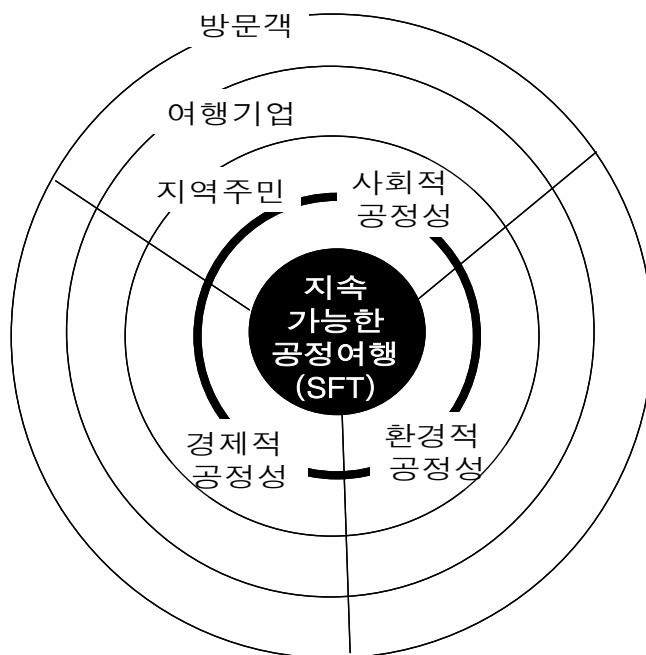
IV. 공정여행의 개념화와 구현방안을 위한 시론

1. 공정여행의 개념화

Cambell(1996)은 지속가능한 발전이란 녹색, 수익성 그리고 공정성을 이루어야 하며 이를 위해서는 이른바 3E, 사회(equity), 경제(economy), 환경(environment)을 제시하고 있다(Knox & Mayer, 2009 재인용). 사회는 사회적 정의, 경제적 기회의 균등, 수입의 균형성 등이며, 경제는 전체적인 경제성장과 효율성을 말하며 환경이란 말 그대로 환경의 보존을 의미한다.

이 도식을 통해서 공정여행의 개념화를 시도하면 다음 <그림 1>과 같다. 첫 번째로 한 때 유행으로 사라지지 않을 지속가능한(sustainable) 공정여행이 되기 위해서는 방문객과 지역주민 그리고 이들을 공정여행 상품으로 연결해주는 관광기업 특히 여행기업을 동시에 고려해야 한다. 따라서 관광

목적지에서 공정한 관계(행동지침으로 나와 있는)를 방문객에게 촉구하고 지역주민에게 상실한 공정한 관계의 회복에 대한 자각을 촉구하는 것도 필요하지만 양자 간의 공정한 관계를 만들어 나가는 관광기업의 역할이 공정여행의 개념 안에 포함되어야 한다. 두 번째로 지속가능한 공정여행은 사회적 공정성, 경제적 공정성, 환경적 공정성으로 구체화 되어야 한다. 특히 각각의 공정성은 서로의 갈등관계를 가지고 있기 때문에 이를 적절히 조화시켜 나가는 것이 필요하다. Cambell(1996)의 모델에 따르면 사회와 경제 사이에는 부(富)의 갈등이, 경제와 환경에는 자원갈등이, 사회와 환경사이에는 개발갈등이 있듯이 각각 공정여행의 역할 주체인 지역주민, 관광기업, 방문객이 이를 최소화하는 노력을 해야 할 것이다.



<그림 1> 공정여행의 개념도 : 3FE's 모델

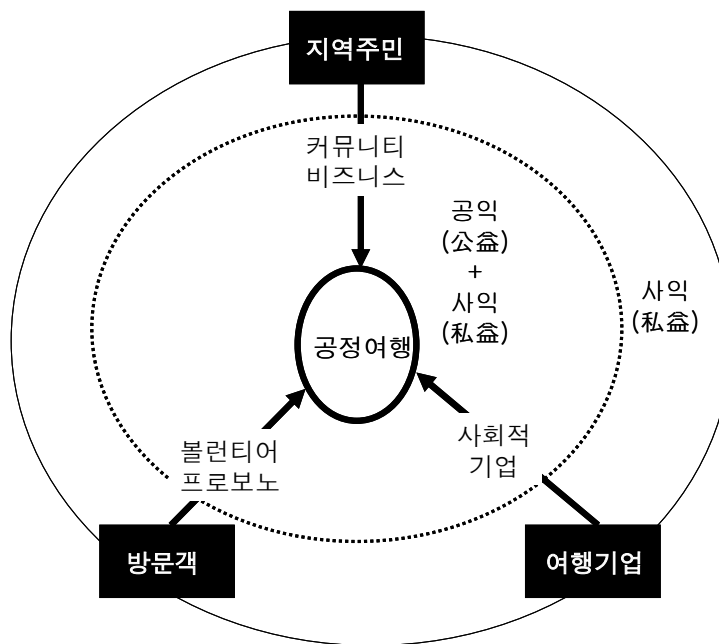
본 3FE's(3 Fair E) 모델에서 역할주체가 3FE's를 구현하는데 어떠한 역할을 해야 하는 지에 대해서 앞에서 살펴 본 공정여행의 가이드라인 등에서 언급되었으나 앞으로 보다 정교한 개념들에 대한 연구가 계속되어야 하겠다. 또한 지역주민과 방문객간의 이른바 “착함”의 본성으로 돌아가자는 것을 강조하는 것은 공정여행의 극히 일부에 해당되고 아울러 방문객의 경제성을 일방적으로 희생하는 것 보다 양자 간의 경제성을 확보해 주는 것이 요구된다. 공정여행은 희생여행이 되어서는 안 되며 희생도 이유있는 희생이 되어야 한다.

2. 공정여행의 구현방안

공정여행을 구현하기 위해서 각각의 이해관계자들이 추구해야 할 가치를 살펴볼 때 일반여행이

추구해온 가치는 각각의 경제주체로서 각자의 사적인 이익을 강조하는 것이었다. 지역주민의 입장에서는 방문객이란 관광수입의 원천으로서 간주되어 왔으며 따라서 지역주민 개개인의 사익을 보장하기 위해서는 자기 파괴적인 경쟁이 유발되기도 했다. 방문객 역시 여행상품을 구매한 후에 지불된 금액 대비 최대한의 효용을 추구하기 때문에 때로는 극단적으로 추악한 관광객으로 비추어지기도 하였다. 또한 여행기업 입장에서도 최대한의 사익을 추구하기 위해 지역주민과 관광객의 희생을 금전의 형식으로 환원시킨다.

그럼에도 불구하고 공정여행의 공(公)을 이해관계자들에게 공적인 이익, 공익을 일방적으로 강요할 수는 없다. 어느 정도 사익이 보장되는 선에서 공익을 실현해 나가야 한다는 것이 설득력이 있다. 이를 위해서 공익과 사익의 절충선에서 각 이해관계자들에게 공정여행을 실현할 수 있는 방안을 제시하고자 한다.



<그림 2> 공정여행의 구현방안

앞에서 살펴본 바와 같이 여행기업은 이미 사회적 기업의 형태를 통해서 공정여행을 실천해 나가고 있다. OECD의 정의에 따르면 사회적 기업(social enterprise)이란 상품과 서비스의 생산을 통해 일정한 수준의 자금을 스스로 조달하고 주주를 위한 이익창출이 아니라 사회적으로 소외된 희생자를 돕는 것을 목적으로 하며 창출된 이윤은 목적을 위해서 재투자가 된다. 다만 관광이 국민의 행복 추구를 위해 중요한 요건이며 기본권적인 성격을 가지고 있음에도 불구하고 산업적 접근이 주를 이루어 관광의 공공성과 사회적 서비스에 대한 관심이 부족하고 이해가 높지 않고 이를 계량적으로 환산하기도 어려운 실정에서 인증요건인 취약계층에 대한 일자리창출과 사회적 서비스의 부합이 어렵다는 한계를 가진다(신용석, 2009).

지역주민의 경우 특히 패키지 여행시 방문객을 마주하기 어려운 점이 많지만 문화해설사 제도 등을 통해서 어느 정도 가능하다. 다만 방문객이 관광지에서 지출하는 금액의 역외유출을 최대한 억제하고 그리고 주민들 자발적인 참여를 통한 비즈니스기회의 창출을 위해서 커뮤니티비즈니스(**community business**)를 도입할 수 있다. 커뮤니티비즈니스(**CB**)란 지역공동체가 소유한 조직으로서 지역에서 잠자고 있는 자원을 활용하는 소규모 비즈니스로 지역주민에 의한, 지역주민을 위한 지역주민의 비즈니스를 의미한다. 호소우치 노부타카(2007)은 커뮤니티비즈니스를 주민주체의 지역밀착형 비즈니스, 이익추구를 최우선으로 생각하지 않는 적정규모, 적정이익의 비즈니스, 영리를 최우선으로 하는 비즈니스와 자원봉사 활동의 중간적 비즈니스, 전 지구적 관점에서 생각하고 행동은 지역적으로 하는 개방형비즈니스라고 했다. 사회적 기업과 다른 점은 지역주민이 주체가 되며 부의 창출뿐만 아니라 분배의 차원까지 고민하며 지역자원의 적극적인 활용이 필요하다는 것이다(행정안전부 지역발전정책국, 2010.3). 전북 완주군에서는 한국 최초로 커뮤니티비즈니스 사업을 추진하고 있다. 따라서 사회적 기업으로서의 여행사가 지역주민에게 실질적 도움을 주기 위해서는 가능하면 커뮤니티비즈니스 기반의 현지여행사와의 파트너십을 통해서 일을 할 필요가 있다.

방문객 역시 지역을 방문하면서 다양한 형태의 기여를 통해서 만족과 함께 공정성을 확보할 수 있으며 때로는 여행경비를 절감 받을 수 있다. 일방통행적인 호혜와 시혜가 아니라 교환의 관점에서 고려될 필요가 있다. 방문객의 전문성에 따라서 볼런티어(자원봉사자)와 프로보노(재능기부자)로 나눌 수 있다. 먼저 볼런티어는 지역을 방문하여 자원봉사를 하되 여행을 동반하는 이른바 볼런티어 관광 혹은 볼런투어리즘(**voluntourism**)을 실행할 수 있다. 볼런투어리즘은 관광의 한형태로서 관광객이 지역공동체에서 여행의 일환으로서 봉사활동을 하는 것으로 공정 혹은 선의의 관광이라고 한다(Sin, 2009).

프로보노는 ‘공익을 위하여’ 라는 라틴어 **pro bono publico**의 줄임말로 원래는 전문적인 지식이나 서비스를 공익차원에서 무료로 제공하는 것을 말하는데 자신의 전문분야에서 도움을 준다는 점에서 일반적인 자원봉사와 다른점이다. 따라서 프로보노로서 방문객은 지역사회에서 자신의 재능을 기부하면서 관광 등의 편익을 누릴 수 있다. 즉 볼런투어리즘의 확장이라고 볼 수 있다. SK그룹의 착한 기업 지원사이트인 세상(www.se-sang.com)의 사업모델을 보면 경영컨설팅이라는 기부를 통한 프로보노의 활동을 제시한 바 있다.

V. 결론 및 제언

지극히 사적인 행동으로서의 방문객 행동과 시장을 맥락으로 하는 여행기업을 공공성의 장으로 끌어 내는 데에는 어려움이 많을 것으로 보인다. 그럼에도 불구하고 공정여행의 길이라는 제목에서 길이라는 것은 결코 끝나지 않는 끊임없는 여정이라는 것과 선택의 방법이라는 것에 주목하고자 한다. 즉 현상으로서의 공정여행을 이론적인 형태로 정제해 나가는 것에는 앞으로의 노력이 지속적으로 필요하고 또한 어떠한 방법을 통해 공정여행을 실천해나가는 것 역시 다양한 방법이 있을 수 있다. 다만 지역주민과 방문객간에 서로 같이 살아갈 수 있는 상생의 길이라는 데에는 변함이 없어야

한다.

본 연구는 한국사회가 직면하고 있는 공정사회로의 회복이라는 담론을 관광의 차원에서 어떻게 대처해 나가야 할 것인가에 주안점을 맞추었다. 따라서 이미 단편적이거나 형태를 띠며 존재해 왔던 공정여행에 대한 개념화 작업과 함께 구체적으로 어떠한 방향으로 실천할 것인가를 시론적 차원에서 제시하였다. 공정여행은 책임여행, 착한 여행, 에코투어리즘, 제3의 관광 등 다양한 형태를 띠고 있지만 매스투어리즘에 대한 극복이라는 데에 공통점이 있다. 이미 외국의 슬로트레블, 그린글로브, 에티컬스케이프, 리스폰시블트레블, 한국의 트레벨러스맵, 착한여행 등이 공정성 측면에서 상당부분 가시적인 성과를 내고 있으며 방문객들은 관광지를 방문하고 지역주민을 만날 때 어떠한 해야 하는지에 대하여 일종의 행동지침을 부여받고 있다. 공정여행의 개념화 관련해서는 기존 선행연구의 지속 가능한 3E를 기초로 이해관계자인 지역주민, 여행기업, 방문객 간에 역할로서 지속가능한 공정여행(3FE's 모델)을 만들었다. 또한 공정여행의 구현방안으로서 이해관계자인 지역주민이 커뮤니티비즈니스를, 방문객이 볼런투어리즘 혹은 프로보노 투어리즘을 여행기업이 사회적 기업을 만들어 사적, 시장의 영역에서 공적, 공공의 영역으로 진입하는 단서를 제공하였다.

본 논의는 기존의 문헌고찰 등을 통해 도출된 내용이므로 향후 공정여행과 관련된 지역주민, 방문객, 여행기업을 대상으로 하는 실증적 방법 등을 통해 공정여행의 선택 속성과 효과등의 후속연구를 진행할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- 강희원(2003). 아리스토텔레스의 정의론에 비추어 본 법 이념으로서의 정의. 『법철학연구』, 6(2), 59-92.
- 공감코리아(2010.10.15). “제2차 T.20 관광장관회의”. 부여선언문 채택 등 성과 남기고 현황리에 마무리
- 김난영(2010). “책임관광에 대한 관광객 행동연구”. 『관광연구논총』, 22(1), 3-24.
- 김병직(2010.10.14). “공정사회와 기업가 정신”. 문화일보.
- 권일현(2010.10.15). “배려와 절제가 있는 공정사회로”. 한국일보.
- 박정아(2010.10.2). 공정한 사회, 비전이 보인다. 위클리 공감. <http://gonggam.korea.kr/gonggamWeb>.
- 새가정사편집부(2010.3). 공정여행을 아시나요. 새가정. 57(620), 18-21.
- 손대현·장희정(2010). 『슬로시티에 취하다』. 서울: 조선앤북.
- 신용석(2009). 「관광분야 사회적 기업 활성화 방안」. 한국문화관광연구원 보고서.
- 안현영(2010). 여행기업의 사회적 책임활동이 고객의 구매행동에 미치는 영향. 『관광연구』, 25(1), 369-391.
- 엄은희(2010). 공정무역 생산자의 조직화와 국제적 관계망. 『공간과사회』, 33, 143-182.
- 유지운(2001). 이문화 상호작용으로서 게스트-호스트 관계에 관한 연구. 『문화관광연구』, 3(2), 43-64.
- 이정민(2009). 패션기업의 사회적 책임경영: 21세기 착한 기업의 도전과 과제. 『패션정보와 기술』, 6, 2-10.
- 이혜영·임영신(2009). 『희망을 여행하라: 공정여행가이드북』. 서울: 소나무.
- 이환구(1990). 롤스의 정의론에 대한 재검토. 『국제문화학회지』, 1(4), 9-27.
- 인물과사상사 편집부(2009.7). 공정여행이란 무엇인가. 『인물과사상사』. 135, 150-151.

- 임영신(2009.9). 대안의 여행, 공정여행을 찾아서, 『환경과생명』, 61, 124-143.
- 최석호 · 김남조 · 최승담 · 김봉중(2008). 관광패러다임의 전환과 제3의 길로서 네오투어리즘. 『관광학연구』, 32(1), 73-96.
- 최영정 · 최규환(2010). post mass tourism으로서 책임관광 구성타당성 검증. 『관광학연구』, 34(2), 101-120.
- 행정안전부, 지역정책과(2009.3). 「자립형 지역공동체 발전사업 추진계획」. 보고서.
- 호소우치 노부다카(2007). 『지역사회를 건강하게 만드는 커뮤니티비즈니스』, (박혜연·이상현 역). 서울: 아르케.
- 닝 왕(2004). 『관광과 근대성』, *Tourism and Modernity: a Sociological Analysis*, (이진형·최석호 역). 서울: 일신사.
- Knox, P. & Mayer, H.(2009). *Small Town Sustainability.: Economic, Social, Environmental Innovation*. Basel: Birkhauser.
- Sin, Harnng L.(2009). Volunteer Tourism: Involve Me and I Will Learn?. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 480-501.