

여행 전문작가·출판사 ‘여행책 눈높이’ 높아야

여행은 1년에 한 번 가는 것이었다. 여름 휴가철 이외에 한가한 시간을 보낸다는 것은 사치였고, 있는 자들의 노름이었다. 하지만 1989년 해외여행 자유화 조치를 계기로 지금까지 여행문화는 큰 변화를 겪어왔다. 특히 1990년대 배낭여행 붐을 일으켰던 해외여행 1세대(30대)들이 사회에서 가장 활발한 계층으로 자리잡고, 주5일제 근무가 시도되면서 여행은 더 이상 큰 맘 먹고, 큰 돈 들여 떠나는 사치가 아니라라는 인식이 확산되고 있다. 이러한 여행문화와 인식의 변화는 여행책 시장에도 그대로 반영되고 있다.

현재 해외여행 1세대는 순수하게 도시화와 핵가족화의 중심을 이루면서 이전 세대에 비해 일보다는 자아와 가족을 소중히 여기는 성향을 지니고 있는 것이 특징이다.

이들은 여행에서 단순히 보고 듣는 것보다는 몸으로 체험하는 것을 선호한다. 이른바 체험여행이다. 현재 체험여행에서 가장 각광을 받는 곳은 한국 문화의 원형을 경험할 수 있는 농어촌 지역이다. 강원도 고성 완곡마을(두부 만들기), 전남 곡성 가정마을(짬뽕도구 만들기) 등 현재 50여 개 마을에서 농촌체험 프로그램을 운영하고 있다. 월드킵 전후 외국인들을 대상으로 개발된 사찰체험도 여전히 인기다. 2002년에만 900여 명의 외국인이 템플스테이 프로그램에 참여했고, 현재는 국내 관광객을 대상으로 대부분의 사찰이 템플스테이 프로그램을 운영하고 있다. 이 외에도 오지여행이나 섬여행, 포구기행, 어세куляр지 등의 테마여행 상품과 오로지 휴식만을 위한 펜션 상품이 인기를 끌고 있다.

해외여행도 마찬가지로 해외로 나가는 것에 대한 거부감이나 부담감이 줄어들면서 여행을 재충전 기회로 보는 사람들이 늘어나고 있다. 여행 1세대 인 이좌연 씨(38세)는 “처음 배낭여행을 갔을 때는 짧은 시간에 많은 것을 보

고 오는 게 목적이었지만 이제는 한 곳이라도 제대로 ‘체험’하고 오겠다는 쪽으로 생각이 바뀌었다”고 말했다. 이러한 흐름을 타고 여행상품도 ‘5개국 6일’과 같은 프로그램이 사라지고 ‘파리 자유여행 7일’ 등의 프리스타일 개별 여행이 주종을 이루고 있다.

여행 트렌드가 바뀌다보니 여행도서 시장도 여행자들의 욕구를 충족시키기 위해 빠르게 재편되고 있다. 여전히 가장 많은 종수를 차지하는 건 여행정보서지만 막상 반응이 좋은 쪽은 여행산문집이다. 물론 이러한 배경에는 인터넷의 등장을 빼놓을 수 없다. 손쉽게 정보를 얻을 수 있는 인터넷이 상용화됨으로써 특화된 정보가 아니면 굳이 여행정보서를 참고할 이유가 없게 된 것이다. 교보문고 매장에서 만난 한 독자는 “여행경험이 축적되면서 동시에 여행서적에 대한 안목도 높아졌다”고 최근의 변화를 설명했다. 여행이 생활의 일부로 편입되면서 여행서에 대한 관심도 비례해 높아졌다는 것이다. 이처럼 여행문화의 변화는 여행관련 출판물에 대한 변화를 몰고 왔고, 출판시장도 여기에 순응하고 있다.

서점에서 반응이 좋은 여행산문집은 역시 테마를 다룬 책들이다. 작품

의 무대를 찾아가는 문학여행에서 그 시초를 찾아볼 수 있는 테마 여행산문집은 최근 그 소재가 다양화되고 전문성이 가미되면서 색다른 볼거리·읽을거리를 제공한다. 디큐멘터리 형식을 취한 이용한의 《사라져가는 오지마을을 찾아서》가 나온 이후 오지여행이 각 방송사 여행사들의 단골 메뉴가 됐고, 광재구의 《포구기행》은 MBC '느낌표! 책책책 책을 읽읍시다'에 선정되는 등 여행지에 대한 대중적 관심을 이끌기도 했다.

《열아홉 살 소녀의 유림 삼질하기》《인라인스케이팅으로 콜린 지구》《철이 없으면 사는 게 즐겁다》 등 평범한 사람들의 일탈과 도전을 담은 책도 있다. 이들은 일상에 찌든 현대인들에게 호기심과 용기를 준다. 점에서 흥미로운 게 사실이지만 동시에 출판사의 상업성이 눈에 거슬리기도 한다. 여행포털사이트 티비에 근무하는 이영근 씨는 “물론 누구나 책을 낼 수 있다는 데는 동의한다”면서도 “소재만 흥미롭다 싶으면 글과 사진의 완성도와 상관없이 여행서는 이룸으로 출판하는 것 같다”며 ‘아무나’ 책을 내는 최근의 분위기를 꼬집기도 했다.

최근에는 단순히 한두 달의 여행이 아니라 1년 이상 한 지역에 거주하면서 쓴 책이 눈에 띈다. 《영국 바뀌지 않아도 행복한 나라》 등 ‘타산지석’ 시리 즈를 내고 있는 도서출판 리수 김현정 대표는 “단순한 여행으로는 볼 수 없는 그 나라의 이야기를 풀어보자는 데 기획의 초점을 맞췄다”고 설명했다.

“일하면서 해외에 다녀올 기회가 많았는데, 막상 두세 번 여행이 반복되자 알맹이를 못보고 왔다는 생각이 들었어요. 나와 같은 생각을 가진 사람이 많을 거라는 생각이 좀더 깊어 있는 다른 나라 이야기를해보기로 했습니다.”

《영국...》의 경우 재판을 낸 지난 5월 이후 이미 3쇄를 찍을 정도로 반응이 좋다고 한다.

또 한 가지 최근에 눈에 띄는 사실은 작가들의 여행산문집 출간이 부쩍 늘었다는 것이다. 앞의 《포구기행》을 비롯 최영미, 공선옥, 함정임, 정끝별 등 여성작가들의 섬세한 감수성이 가미된 여행산문집이 속속 출간되고 있다. 이

러한 산문집의 경우 독자들이 여행을 가기 위해 구입한다기보다 글을 쓴 작가의 감수성과 문체 때문에 구입하는 경우가 많다. 또한 이미 경험해 본 여행지를 작가의 색다른 관찰과 감성으로 다시 경험해 볼 수 있다는 것도 빼놓을 수 없는 매력으로 작용한다.

《부끄러운 문화유산담사기》를 시작으로 이용한의 《사라져가는 오지마을을 찾아서》 같은 이색 여행문화서를 꾸준히 내온 실천문학사의 정은영 씨는 “최근에 여행산문집을 주로 찾는 사람은 30대 직장인들로 이들은 단지 놀러 다녔던 지난 세대와 달리 여행을 통해 삶의 색다른 면을 느끼고 싶어하는 것 같다”고 말했다. 여행산문집은 글 속으로 여행을 떠나는 것이기 때문에 특별히 시기를 타지 않는다는 것이다.

이처럼 여름·겨울 성수기에만 반짝 특수를 누렸던 여행서들이 점차 스테디셀러로 자리잡고 있고 또한 좀더 다양화되고 있다는 것은 바람직한 현상으로 받아들여진다. 하지만 동시에 일부 여행서들이 콘텐츠의 질을 담보하지 못한 채 일회적 경험담과 출판사의 졸속 기획이 합쳐져 ‘버젓한 여행서’로 둔갑하는 일은 경계해야 할 문제다. 특히 일부 여행산문집은 현지의 삶에 대한 친화 없이 방관자 시각의 풍경묘사나 아포리즘적인 성격에 그치고 있는 것이 사실이다. 이것은 삶의 교감, 즉 현장성이 부족한 우리 여행산문집의 취약성을 드러내는 부분이 아닐 수 없다. 여행서 콘텐츠가 풍성해지려면 고유한 시각을 갖추고, 땅과 사람과 역사를 얘기할 줄 아는 전문여행작가가 많아져야 한다. 출판시장도 마찬가지다. 여행서에 대한 정보·산문·역사 등의 장르를 명확히 구분하고 성격에 걸맞는 중장기 출판계획을 세워 추진해야 독자의 욕구에 부응할 수 있다. 출판사는 저자에게 충분한 시간을 주고 ‘인내’ 하는 과정을 거쳐야 하는 것이 여행출판의 특성이다. 작가 역시 계속 바뀌는 지리정보를 수정하고, 새로운 여행루트를 개발해야 ‘여행서도 저작’이라는 평을 받을 수 있다. 여행서 출판시장은 그래서 ‘지금’이 중요하다. **이은영**

취재 신동섭 기자·사진제공·유연태

