

## ‘난기류’ 만나 표류하는 전자책 시장

잇따라 전자책 시장 진출하는 대형 출판그룹과 인터넷 서점...  
예상 밖으로 독자들은 냉담한 반응 보여

전자책 열기가 세계를 달구고 있지만, 정작 세계 독자들의 반응은 결코 우호적인 것만은 아니다. 최근 외국 언론에 발표된 자료에 따르면, 전자책이나 전자책 단말기를 구입할 의사가 있는 구매자층은 아직도 소수에 머물렀다. 또한 소비자들의 90%는 오프라인 매장에서 책을 구매하는 것을 선호하는 것으로 나타났다.

전자책 열기가 세계 출판계를 달구고 있다. 미국의 베스트셀러 작가 스티븐 킹의 온라인 실험은 세계인에게 전자책의 위력을 실감케 한 사건이었다. 지난해 3월 스티븐 킹은 온라인으로 자신의 단편소설 <충알 탄 사나이>를 출판, 50만권이 순식간에 다운로드돼 세계 언론에 대서특필됐다. 그는 지난 7월 말 자신의 인터넷 사이트(www.stephenking.com)에 1달러 짜리 연작소설 <플랜트(Plant)> 제1장을 발표해 시판된 지 1주일만에 약 15만명의 독자가 다운로드한 것으로 알려졌다.

### 온라인 서점과 정보통신업체의 전략적 제휴

온라인 서점과 정보통신업체의 전략적 제휴 소식도 잇달아 타전돼 세계인의 이목을 끌었다. 지난 8월 28일에는 세계 최대 온라인 서점인 아마존이 마이크로소프트사(MS)와 손을 잡았다. 양사는 아마존의 웹사이트에서 다운로드받은 디지털서적을 PC화면에서 읽을 때 MS의 읽기전용 소프트웨어인 마이크로소프트 리더(MS Reader)를 활용할 것이라고 밝혔다.

오프라인 출판사도 전자책 시장에 속속 진출해 전자책 열풍은 바야흐로 점입가경의 경지로 접어들고 있다. 최근에는 세계적인 출판그룹인 사이몬&슈스터가 전자책 시장에 출사표를 던졌다. 스티븐 킹의 전자책 실험 성공에 자극받은 사이몬&슈스터는 마이크로소프트 리더, 어도브(Adobe)의 글래스북(Glassbook), 겐스타(Gemstar)의 로켓이북(RocketEbook)과 소프트북 리더(Softbook Reader) 등의 단말기에 전자책을 장착해 출시할 예정이다.

사이몬&슈스터가 준비하고 있는 전자책 목록은 경제·경영서부터 소설, 아동 비소설류, 게임, 교육교재 등에 이르기까지 거의 모든 분야를 망라한다. 올 가을에는 블래어 위치, 지미 카터, 밥 우드워드 등의 작품을 전자책과 종이책으로 동시 출시할 예정이다.

특히 사이몬&슈스터의 아동출판부는 올 겨울쯤 전자책의 장점인 ‘적시출간’(just-in-time publishing)의 가능성을 타진할 계획이다. 오는 11월 7일 치르는 미국의 대통령 선거 후 새로 당선되는 미국 대통령의 어린 시절부터 수락연설까지 담은 전자책판 전기를 발표할 예정이다. 잭 로마노스 회장은 “전자책은 기존의 독자뿐만 아니라 새로운 독자를 확보해 출판시장을 넓히는 데 기여할 것”이라고 한 인터뷰에서 밝혔다.

사이몬&슈스터는 현재 전자책 출판을 위한 전담부서를 독립시키지는 않았다. 아직은 종이책과 전자책의 장점을 아우르면서 시장의 반응을 지켜보겠다는 입장이다. 반면, 경쟁사인 타임워너는 마이크로소프트 리더용으로 제작될 책을 전문적으로 생산하기 위해 아이퍼블리쉬(iPublish)부서를 따로 조직했다. 이밖에 롱맨그룹도 전자책 시장에 이미 뛰어어들었다.

### 읽는 것은 OK, 사는 것은 NO

그런데 최근 미국에서 발표된 전자책 관련 조사나 통계를 들여다 보면, 전자책 관련 업체들이 ‘과속주행’ 하고 있지 않느냐는 인상을 지울 수 없다. 전자출판업체나 전자책 단말기 업체의 열기와는 달리 정작 독자들의 반응은 냉담하거나 여전히 무관심한 편이기 때문이다. 지난 8월 말 세이볼드 리서치사(Seybold Research)가 미국의 성인남녀 3천명을 대상으로 실시한 조사가 이를 잘 보여준다.

이 조사에 따르면, 조사대상의 66%가 랩탑이나 데스크탑에서 레퍼런스북(사전·연감·지도책 등)을 읽을 의사가 있다고 답했다. 이 수치만 보면 전자책의 가능성은 높아 보인다. 그러나 정작 전자책의 수익성을 알려주는 통계를 보면 반드시 그렇지도 않다. 전체 응답자 가운데 3분의 2는 1년 안에 전자책이나 전자책 단말기를 ‘전혀’ 구입하지 않겠다고 답했다. 전자책이나 전자책 단말

기를 '아마' 살지도 모른다고 답한 사람은 겨우 12%에 불과했다.

레퍼런스북을 읽겠다고 말한 대상자 가운데 5분의 4는 경제경영서를 컴퓨터상에서 샘플로 받아 읽을 것이며, 대략 46%는 도시 가이드북이나 여행서적을 PDA로 읽을 것이라고 답했다. 디지털의 잠재적인 흥미에도 다만 28%만이 전자책 단말기로 오락용 책을 읽겠다고 말했고, 12%만이 오락을 위해 PDA상에서 책을 읽을 것이라고 답했다.

그런데 흥미로운 사실이 하나 있다. 이 조사결과는 지난 8월 28일 샌프란시스코의 세이블드 디지털-출판 회의에서 발표됐는데, 이 날은 바로 아마존과 마이크로소프트사가 전자책 판매를 위해 제휴하기로 합의한 날이기도 했다. 아마존은 지난 3월 이미 어도브 시스템즈와 손을 잡았고, 아마존의 경쟁업체인 반즈앤노블도 7개월 전 MS와 제휴한데 이어 이날 어도브의 PDF 소프트웨어를 이용하기로 했다고 발표했다.

세이블드의 조사결과는 지난 9월 25일 북엑스포아메리카(BookExpo America)와 퍼블리셔스위클리(Publishers Weekly)가 발표한 소비자 도서구매 실태조사와 오십보백보다. 이 조사는 지난 7월 1140명의 도서 구매자를 대상으로 온라인상에서 실시됐다. 조사 결과 전체 응답자의 70%가 앞으로 6개월 이내에 전자책을 구입할 의사가 없는 것으로 나타났다. 세이블드 응답자보다 조금 더 부정적인 수치였다.

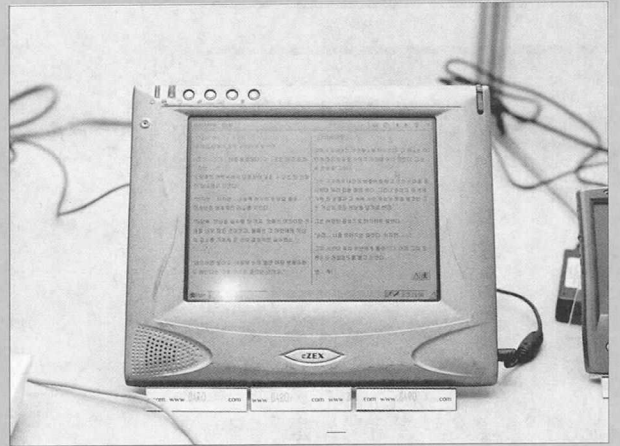
이 조사는 전자책 구매행태보다는 책을 구입할 때 온라인 서점이 차지하는 비중을 조사하는 데 초점을 맞췄다. 따라서 전자상거래의 현실을 보여주는 하나의 지표로 활용할 수 있다. 조사결과 대부분의 도서구매자들은 온라인 서점보다는 여전히 다양한 오프라인 매장에서 책을 구입하는 것으로 나타났다.

#### 인터넷 서점 구매율은 10%에 머물러

구체적으로 보면, 도서 구매자 가운데 대략 90%는 오프라인 매장에서 책을 구입할 것이라고 응답했다. 온라인상에서만 책을 살 것이라고 답한 비율은 겨우 10%에 그쳤다. 응답자의 57%가 지난 1년 동안 온라인에서 책을 구입했다고 밝혀 수치가 높은 편인데, 이 조사가 인터넷을 주로 활용하는 사람들을 대상으로 했다는 점을 감안해야 한다.

전자상거래 관련자들에게 고무적인 반응이 전혀 없는 것은 아니다. 온라인 서점에서 책을 구입한 소비자의 80%가 구매결과에 매우 만족했고, 82%가 앞으로도 인터넷에서 책을 구입할 것이라고 응답했다. 나머지 20%는 책을 살 때 온라인 서점에서 책을 구입하는 것을 우선적으로 고려한다고 밝혔다.

그러나 응답자의 대부분은 책을 구입하는 하나의 방식으로 인터넷을 이용한 반면, 책을 구입하는 가장 대중적인 장소는 여전히 오프라인의 체인서점이었다. 오프라인 서점에서 책을 구입한 응답자 가운데 72%는 특히 대형 할인매장을 이용했다. 선진국에서도



대형 출판그룹과 인터넷 서점이 전자책 시장에 속속 진출하고 있지만, 전망이 밝은 것만은 아니다. 독자의 반응이 미온적이기 때문이다. 사진은 전자책 전용 단말기.

인터넷 서점의 위상은 여전히 오프라인 매장의 보완적 수준에 머무르고 있는 셈이다.

외국과 비교하면 우리나라의 전자책에 대한 인식은 상대적으로 높은 편이다. 지난 99년 말 한국출판연구소에서 전국의 학생과 성인 4500명을 대상으로 조사·발표한 <1999년 국민독서실태 조사>에서 우리의 위상을 대체적으로 기능해볼 수 있다.

이 조사에 따르면, 성인의 경우 10명 가운데 6명 정도는 인터넷을 통해 소설·잡지 등을 보는 것을 독서행위로 여긴다고 대답했다. 특히 20대(72%)와 대학생(80%) 집단에서 높은 수치를 나타냈다. 학생들의 경우 64.3%가 긍정적으로 답변했고, 중고등학생 집단에서는 70% 이상으로 높게 나타났다. 젊은 세대일수록 인터넷과 전자책에 대한 수용도가 높았다.

한편, 전자책 단말기를 이용할 의향이 있는냐는 질문에 성인은 27.2%가 의향이 있다고 답했고 35.2%는 부정적으로 답했다. 아직은 잘 모르겠다는 답변도 37.6%를 차지했다. 반면, 학생들은 약 49%가 긍정적인 수용태도를 보였다. 11.8%는 의향이 없고, 모른다는 답변도 39%를 넘었다. 반면 정도의 시차를 감안해볼 때 외국에 비해 국내 독자들은 전자책이나 전자책 단말기에 대해 월등하게 긍정적인 수용반응을 보였다.

하지만 전자책 시장의 미래에 대한 전망은 불투명하다. 스티븐 킹의 온라인 실험은 미래에 대한 하나의 전조는 될 수 있을지라도 대세라고 판단하기에는 아직 이르다. 스티븐 킹의 대중적 인지도, 최초의 실험에 따른 언론의 스포트라이트, 공포소설(그것도 단편소설 또는 연작소설)이라는 장르적 특성 등이 작용했음은 부인할 수 없는 사실이다. - 박천홍 기자