

“전자책 개발현황과 발전방향을 짚어본다”

아직은 걸음마 단계라 해결과제 산적해...
장기적으로는 출판시장 선도할 가능성 높아

이용준 | 신구대 출판미디어과 교수·사회

최익섭 | 초록백카툰즈(주) 마케팅팀 팀장

한상진 | 영진닷컴 전무이사

그동안 소문만 무성하던 전자책이 드디어 수면 위로 떠올랐다. 미국에서는 인기작가 스티븐 킹이 자신의 신작소설을 전자책으로 출시, 50만부 이상 판매하는 이변을 낳았다. 국내에서도 전자책 개발은 꾸준히 이뤄져 왔고, 일부에서는 서비스가 이미 시작됐다. 그러나 아직은 개발 초기단계라 대중적으로 확산되지는 못한 상태. 이에 전문가들을 한자리에 모시고 국내 전자책 개발의 현주소와 그 미래를 짚어봤다.

이용준 —— 언론매체들은 올해를 전자책의 원년이라고 말하고 있습니다. e-북 개발이 곧 이뤄질 전망이고, 인터넷을 통한 전자책 서비스가 활성화될 조짐이 보이기 때문인 것 같습니다. 두 분은 일찍부터 전자책 개발과 서비스에 참여해오셨는데, 독자를 위해 전자책의 장점과 필요성에 대해서 말씀해 주십시오.

한상진 —— 전자책은 기획부터 출판까지 걸리는 시간을 획기적으로 단축할 수 있다는 장점이 있습니다. 종이책 제작의 경우, 일반적으로 3~6개월이 걸리는데, 전자책은 한달 정도면 됩니다. 나날이 발전하는 기술을 그때그때 소개하는 데는 전자책이 제격이지요. 이와 함께 제작비 단가를 최고 90%까지 절감할 수 있다는 점을 들 수 있습니다. 기본적인 원고료와 편집비만 들어가고, 유통비가 필요없습니다.

최익섭 —— 유통구조를 혁신적으로 변화시킬 수 있다는 점을 최대의 장점으로 꼽을 수 있습니다. 일반적으로 종이책은 초판의 경우 3천부 내지 5천부 정도 찍습니다. 그런데 전국에 있는 서점은 약 9천여곳이 됩니다. 초판을 찍어도 전국의 서점에 다 공급할 수 없는 실정이지요. 그러나 전자책은 유통구조가 오프라인보다 투명하

고 빠르다는 점에서 출판시장을 확대하는 데 크게 기여할 것입니다.

전자책의 잠재적 독자층 폭넓어

이용준 —— 전자책이 여러 장점을 가지고 있기 때문에 사회적 관심을 끌고 있는 것 같습니다. 구술이 서말이라도 꿰어야 보배라고, 이런 장점을 가진 전자책 개발이 어느 정도 진척됐고, 시장규모는 어느 정도인지 검토해보지요.

최익섭 —— 현재 실질적으로 전자책을 판매하는 곳은 많지 않은 실정입니다. 예전에는 PC 통신을 통해 전자책을 판매하는 경우가 있었는데, 콘텐츠 부족과 저작권 문제 등으로 거의 활동을 중단한 상태입니다. 지금은 웹폭스와 바로 북 정도가 남아 있습니다.

한상진 —— 전자책 개발은 아직 걸음마 단계입니다. 하지만, 지금의 추세로 미뤄볼 때 올해 말까지 전자책 업체가 10여곳 정도 생길 것으로 보입니다.

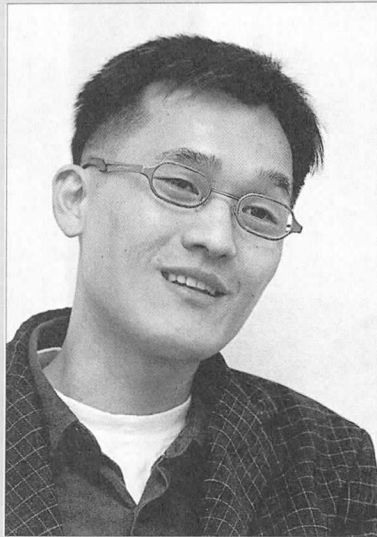
최익섭 —— 전자책 서비스는 출판사뿐 아니라 하드웨어 업체를 비롯한 일반기업에서도 준비하고 있습니다. 일부에서는 과열경쟁을 염려하기도 합니다만, 아직 초기 투자비용에 비해 수



이용준씨

“외국에서는 이미 다양한 전자책과 콘텐츠를 개발하는 업체들이 생겼고, 종이매체와 인터넷매체들이 전략적으로 제휴하는 경우도 많습니다. 우리나라도 콘텐츠와 전자책을 적절히 조합한다면, 출판시장은 더 확대·발전할 것입니다.”

“전자책의 보편화는 이제 시간문제입니다. 전자책이 처음엔 생소하더라도 한번 경험하면 급속히 확산될 겁니다. 인터넷도 처음엔 낯설었지만, 일단 접하고 나서는 이용자가 폭발적으로 증가했지요. 전자책도 잠재적인 독자군이 넓다는 게 업계의 중론입니다.”



최익섭씨



한상진씨

“전자책은 어떤 형태를 띠든지 종이책에 비해 편이성이 떨어집니다. 그러나 종이책은 일방적이고, 정보의 전달 속도가 늦다는 점이 한계로 지적되지요. 전자책은 이런 종이책의 한계를 보완해주는 보조수단으로 자리매김할 것입니다. 종이책과 전자책이 함께 발전할 가능성이 높지요.”

익을 내기는 힘듭니다. 하지만, 장기적으로 보면 시장상황을 낙관하고 있습니다. 전자책의 보편화는 이제 시간문제입니다. 지금 젊은 세대는 컴퓨터를 이용해 글을 쓰고, 모니터로 글을 읽는데 익숙합니다. 전자책이 처음엔 생소하더라도 한번 경험하면 급속히 확산될 겁니다. 인터넷도 처음엔 낯설고 어려웠지만, 일단 접하고 나서는 이용자가 폭발적으로 증가했지요. 전자책의 경우도 잠재적인 독자군은 꽤 넓다는 게 업계의 중론입니다.

한상진 —— 국내 시장규모만 보면 수익성에는 분명히 한계가 있습니다. 당장 눈앞의 이익을 보고 전자책에 투자하면 실패할 확률이 높습니다. 그래서 우리 출판사는 전세계 독자를 대상으로 한 전자책 서비스를 준비하고 있습니다. 전자책 기술개발은 상당히 진척된 편입니다. 아직 표준화된 것은 없지만, 올 하반기에 가면 기술수준이 더욱 향상될 전망입니다.

최익섭 —— 특히 복제방지기술은 상당히 진척됐습니다. 뷰어 프로그램 안에서만 다운로드 받은 파일을 작동할 수 있도록 만들었지요. 현재의 발전 속도를 보면, 다른 기술도 조만간 개발될 것 같습니다.

이용준 —— 출판계 일각에서는 전자책이 활성화되면 기존 종이책 시장이 위축되지 않을까 염려하는 시각이 있습니다. 이에 대해서는 어떻게 생각하시는지요.

한상진 —— 전자책은 단말기를 이용하는 형태건, 온라인상에서 내려받는 형태건 종이책에 비해 편이성이 떨어집니다. 그러나 종이책은 일방적이고, 정보의 전달 속도가 늦다는 점이 한계로 지적되지요. 전자책은 이런 종이책의 한계를 보완해주는 보조수단으로 자리매김할 것입니다. 전자책의 역할을 좀더 효율적인 정보전달이라는 측면에서 본다면, 종이책과 전자책이 함께 발전할 가능성이 높습니다.

이용준 —— 일부의 우려와는 다르게 종이책과 전자책이 상호 보완적인 매체라는 지적에 동의합니다. 그러나 현실적인 여건이 개선되지 않으면 전자책의 시장진입이 쉽지 않을 겁니다. 결제방식 같은 문제가 그 일례가 될 텐데요, 이용자들이 신용카드 결제는 보안문제 때문에 꺼리고, 사이버머니도 서버 자체의 문제로 사용을 피하고 있습니다. 업계에서는 이를 개선

하기 위해 어떤 대책을 마련하고 있는지요.

최익섭 —— 전자책의 경우 대부분 결제액이 소액이기 때문에 이용자들의 부담이 적은 편입니다만, 결제방식은 전자상거래 전체의 문제입니다. 그래서 업계에서는 이용자들이 이용하기 쉬운 결제수단을 개발하고 있습니다. 휴대 전화기로 결제하는 방법도 곧 개발될 예정입니다.

한상진 —— 오프라인 서점의 역할이 앞으로 중요해질 것으로 보입니다. 전자책 출판이나 인터넷 서점이 활성화된다고 해서 서점의 기본적인 역할이 없어지는 것은 아닙니다. 다만, 이제는 서점이 ‘책을 판다’는 개념에서 ‘종합적으로 정보를 판다’는 개념으로 발상을 전환해야 합니다. 만약 온라인 유통의 물류비용이나 배송을 서점에서 맡아준다면 시너지 효과가 나타날 것입니다.

낙후된 유통개조 개선할 절호의 기회

최익섭 —— 전자책 개발이 우리나라의 낙후된 유통구조를 이룬 시간에 개선하는 기회가 될 수도 있습니다. 일본에서는 서점·출판사·통신회사가 전자책 연합체를 구성해 책 자판기를 만든 사례도 있습니다. 우리나라도 출판사와 서점이 같이 할 수 있는 일을 찾기 위해 머리를 맞대고 논의하는 자리가 마련됐으면 합니다.

이용준 —— 미국의 한 인쇄출판학자는 디지털 시대를 맞아 종이책이 완전히 전자형태로 가는 것이 아니라 디지털과 네트워크를 결합한 형태로 변할 것이라고 예견한 바 있습니다. 이같은 상황에서 서점의 역할도 당연히 변하겠지요. 단지 책을 파는 곳이 아니라, 독자가 원하는 형태로 책을 만들어 주는 간이형 출판을 담당하게 될 것입니다.

최익섭 —— 전자책을 개발하면서 부딪치는 가장 큰 어려움은 무엇보다 콘텐츠 확보하는 일입니다. 그것은 저작권의 문제와 디지털화된 콘텐츠가 부족한 현실에서 비롯되고 있습니다. 아직 온라인상의 저작권이 불분명해 한편의 전자책을 퍼내려면 저작권 계약 자체를 다시 해야 합니다. 더욱이 종이책을 퍼냈던 출판사와 저자 가운데 어느 쪽과 계약을 맺어야 할



전자책의 미래에 대해 심도있게
토론하고 있는 참석자들.

지 애매해 곤란을 겪는 경우가 자주 일어납니다.

한상진 —— 전자책 개발과 관련해 중복투자가 일어나고 있는 것도 큰 문제입니다. 출판사와 서점, 인터넷 기업 등이 유기적인 관련을 맺어 이같은 부작용을 막아야 합니다. 더불어 인터넷이 출판 시장을 더 확대한다는 인식 아래 전자책을 출판과 어떻게 접목시킬 것인지 고민하는 협의체를 만들었으면 합니다.

최익섭 —— 올해 안에 전자책을 서비스하는 업체가 많이 생길 겁니다. 그런데 이 중에는 콘텐츠를 독점하려는 업체도 있습니다. 물론 독점이 긍정적인 측면도 있지만, 궁극적으로 전자책 시장의 발전을 가로막는 결과를 낼 수도 있습니다. 공익적인 차원에서 서로 한씩 양보하는 자세가 필요합니다.

이용준 —— 오프라인과 온라인에서 동시에 책을 내면 기존 유통질서에도 혼란이 생길 수 있고, 효율적인 마케팅을 펼치기 어려울 수도 있습니다. 따라서 일정한 유통사이클이 지난 종이책을 전자책으로 전환, 저렴한 가격으로 판매하는 것이 전자책의 장점을 십분 발휘하는 하나의 방안이 될 것입니다. 극장 상영을 마친 영화가 비디오판매 때 재부가가치를 창출하는 것과 같은 이치지

**오프라인과 온라인에서
동시에 책을 내면 기존
유통질서에 혼란이
올 수도 있고, 효율적인
마케팅을 펼치기도
어렵습니다. 따라서
일정한 유통사이클이
지난 종이책을
전자책으로 내면서
저렴한 가격으로
판매하는 방식을 택하는
것이 좋을듯합니다.**

요.

외국에서는 이미 다양한 전자책과 콘텐츠를 개발하는 업체들이 생겼고, 종이매체와 인터넷 매체들이 전략적 제휴를 하는 경우도 많습니다. 우리나라도 콘텐츠와 전자책을 적절히 조합하고 매체간에 생산적인 제휴를 활발히 한다면, 출판시장은 더 확대·발전할 것입니다.

두분이 앞에서 지적해 주신 것처럼, 전자책 발전을 위해서 관련업계가 포괄적으로 참여하는 토론타당이 자주 마련됐으면 하는 바람입니다. 긴 시간 함께 토론해 주셔서 감사합니다.

— 정리·김정은 기자

코스닥에 「다음」이 있다면 디자인에는 「다름」이 있습니다

디자인의 상한가 다름이 치겠습니다

뉴 밀레니엄 시대에는 디자인이 리드합니다.
제대로 된 디자인을 만나지 못하면 하한가에 머무를 수밖에 없습니다.
상한가로 올라가는 노하우, 다름에 있습니다.

다름기획 121-220 서울특별시 마포구 합정동 395-1번지 5층
TEL. 325-6260~1 fax. 325-0944
E-mail. darumman@uriel.net, darumman@hotmail.com

출판디자인의 모든것 복디자인 (단행본·학습지·잡지·새내외보), 광고, 홍보물 (카탈로그·브로슈어·패키지·P.O.P·포스터·캘린더), 일러스트