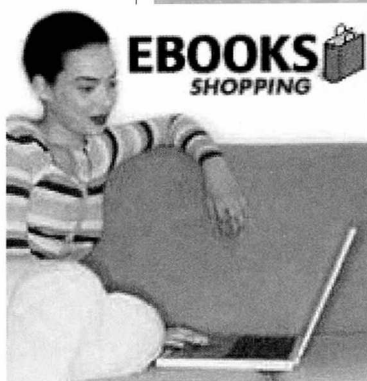


지난 9월 초 인터넷 포털사이트 야후(www.yahoo.com)는 팡귤퍼트남, 사이먼앤슈스터, 랜덤하우스, 하퍼콜린스 등 미국의 대표적인 출판사 네 곳과 전자책 판매를 위해 제휴했다. 독자들은 야후 쇼핑 웹사이트에서 전자책을 내려받아, 어도비(Adobe)사의 전자책 리더와 MS사의 마이크로소프트 리더를 통해 읽을 수 있다. 두 프로그램 모두 야후 쇼핑의 전자책 웹사이트와 연결돼 있는 양측의 웹페이지에서 무료로 내려받을 수 있다. 야후 쇼핑을 총괄하는 립 솔로몬은 앞으로 많은 소규모 출판사들과도 제휴해 독자들이 좀더 다양하게 선택할 수 있도록 노력하겠다고 밝혔다.



야후와 출판사간의 제휴는 전자책 유통방식에 대해 다시 한번 생각해볼 수 있는 계기를 제공한다. 사진은 야후 쇼핑 웹페이지의 e-book 로고.

## 전자책의 새로운 유통방식 실험하는 '야후'

전자책 시장확대 및 출판사 참여 폭 커져

표정훈 | 출판칼럼니스트

### 온라인 서점보다 훨씬 낮은 커미션 제시해

이번 제휴의 특징은 참여 출판사 네 곳이 타임워너와 함께 미국의 5대 메이저 출판사들이고, 네 곳 모두 거대 미디어 그룹 소속사라는 점이다. 팡귤퍼트남은 피어슨, 하퍼콜린스는 뉴스 코퍼레이션, 랜덤하우스는 베르텔스만, 타임워너는 AOL 타임워너, 사이먼앤슈스터는 비아컴 소속이다. 제휴에 참여하지 않은 타임워너의 대표 로렌스 커쉬바움은 전자책 부문을 당장 확대할 필요는 못 느낀다고 말하면서, 전자책 부문에 관한 한 모 기업인 아메리카 온라인에 초점을 맞추고 있다고 밝혔다.

야후 측은 독자가 야후 쇼핑 웹페이지를 통해 전자책을 한번 내려받을 때마다, 소정의 커미션 수익을 올리게 된다. 구체적인 커미션 액수 비율을 밝히지는 않았지만, 야후의 다양한 서비스가 전세계적으로 매월 2억명 이상의 개인을 상대한다는 점을 감안하면, 커미션 수익의 성장 가능성을 무시할 수 없다. 그밖에도 야후는 개별 작가나 전자책 홍보에 대해 별도의 수수료를 받는다. 이 부분에 대해선 야후가 다른 온라인 서점들에 비해 훨씬 낮은 커미션 비율과 수수료를 제시한 것으로 알려져 있다. 참여 출판사들은 전자책 시장의 규모 자체를 확대시키는 데 야후 같은 거대 포털 업체와의 제휴가 필요하다고 판단한 것으로

보인다. 그밖에 사이먼앤슈스터의 대표 잭 로마노스는 이번 제휴로 출판사들이 전자책 독자와 사실상 직접 만날 수 있는 기회를 열었다고 평가했다. 기존 온라인 서점이나 전자책 전문 온라인 서점을 통한 판매와 비교할 때, 마케팅 측면에서 출판사의 자율성이 좀더 높다는 분석이다.

야후는 결국 전자책 시장에서 다른 인터넷 서점들과 경쟁에 돌입한 셈인데, 이와 관련해 반즈앤노블의 입장이 눈길을 끌었다. 반즈앤노블의 지분 40%를 소유한 베르텔스만 소속의 랜덤하우스가 이번 제휴에 참여했기 때문이다. 더구나 반즈앤노블은 야후 웹사이트의 주요 광고 고객이기도 하다(예컨대 야후 검색 결과 웹페이지에는 검색어 관련 도서를 반즈앤노블에서 찾아보라는 광고가 뜨게 돼 있다). 이에 대해 반즈앤노블 대변인 캐롤린 브라운은 자사와 야후의 기존 협력 관계가 전자책 부문을 포함하고 있지 않다는 점을 강조했다. 또한 랜덤하우스 대변인 스텔트 애플바움은 랜덤하우스가 모 기업이라 할 수 있는 베르텔스만과 비교적 거리를 두고 운영되고 있음을 밝혔다.

### 저비용 고효율의 전자책 유통방식 시사해

이와 관련해 야후 쇼핑의 립 솔로몬은 이번

제휴가 야후가 지닌 '스위스 같은 중립적 위치'를 활용해 디지털 매체 유통 배급자로 위치를 확고히 하려는 계획의 일부라는 점을 밝혔다. 야후는 특정 거대 미디어 기업에 소속돼 있지 않기 때문에, 서로 경쟁관계에 있는 여러 미디어 업체들이 각자의 전자책, 음악, 비디오 상품 등을 야후를 통해 판매할 수 있다. 우리나라에서 지난 9월 1일부터 시행에 들어간 복수출판인제도, 즉 하나의 주유소가 여러 상표의 유류를 판매할 수 있는 제도를 상기하면 된다.

지난 몇 년 동안 우리 출판계에서도 전자책 관련 논의가 분분했다. 독자들, 출판계, 전자책 솔루션 업체 모두 무척 떠들썩했던 소문에 비하면 먹을 것은 그다지 많지 않은 잔치였다. 장밋빛 전망이 실망의 다른 이름일 수 있음을 보여준 셈이다. 이번 제휴는 전자책의 유통 방식에 대해 다시 한번 생각해 볼 수 있는 계기를 제공해준다. 더 나아가 인터넷 포털 업체와 출판계 사이에 가능한 제휴 방식의 한 사례로도 볼 수 있다. 또한 전자책을 둘러싼 독자, 솔루션 업체, 출판계 등 여러 주체가 상생할 수 있는 방식의 핵심이 결국 저비용, 고효율에 있다는 것을 관련자들에게 강조하고 있다. ■