

말단부터 CEO까지 '책읽는 대한민국' 만들기

네이버 다양한 독서 캠페인 · 온라인 도서정보 강화

허성남 네이버마케팅그룹장, "결코 상흔 아니다... 책읽는 문화는 네이버의 미래"



네이버는 산간벽지 어린이와 지역민들을 위해 책을 보급하고 독서교육 프로그램을 진행하고 있다. 사진은 네이버가 도서를 기증한 강원도 정선 예미초등학교 마을도서관 개관식 장면

온라인이 책을 품었다. 포털사이트 네이버를 운영하고 있는 NHN(이하 네이버)은 2005년 10월 27일부터 '책읽는 네이버, 책 읽는 대한민국' 캠페인을 펼치고 있다. 온라인에서는 출판사들의 마케팅을 위해 검색과 커뮤니티, 블로그를 통해 무료로 자사의 공간을 홍보할 수 있도록 하고 있고, 오프라인에서는 지식과 정보의 격차를 해소하기 위해 기부포털 사이트인 해피빈, 사단법인 좋은책읽기가족모임 등과 함께 강원도 정선군 신동읍 예미초등학교 예미마을도서관을 시작으로 강원도 산간마을에 이동식 버스 도서관과 마을 도서관을 설립하고 있다.

이 외에도 '서울와우북페스티벌'과 '프랑크푸르트도서전 주빈국' 등 출판계가 주관하는 행사를 후원했고, 최근에는 광화문·인사동·신촌 등 서울 주요 지역에 위치한 스타벅스 10개 매장에 '네이버 열린 서재'를 운영해 매장 방문객들이 자유롭게 읽을 수 있도록 하고 있다.

허성남 네이버마케팅그룹장은 "책읽는 문화 만들기"는 이제 첫발을 뗀 것"이라며 "이는 네이버가 존재하는 한 계속될 것이다"고 강한 실천 의지를 밝혔다. 책읽는 문화를 만드는 것은 단순히 마케팅 차원이 아니라 네이버의 '미래'가 달린 일이라는 것이다.

'지식의 핵은 책...인터넷 책 정보 소홀 반성에서 비롯

물론 현실적인 고민도 있다. '흥미 위주다', '정작 필요한 정보는 없다'는 인터넷 지식의 한계다. 이러한 한계는 이용자인 누리꾼들 못지않게 제공자인 네이버가 절감하고 있는 문제였다. 맛없고 특색 없는 커피전문점에 손님이 들 리 없는 것처럼, '지식검색'을 표방해 온 네이버로서는 경쟁력과 직결되는 문제였다. 허 마케팅그룹장은 "네이버'의 기본적인 철학은 고객에게 유익한 콘텐츠를 지속적으로 제공하는 것"이라며 "지식의 핵심은 바로 '책'인데 인터넷에 책에 대한 정보가 소홀했다"고 말했다.

결국 인터넷에 전문적이고 가치 있는 지식, 즉 '책'을 유통시킬 필요가 강하게 제기되었고 동시에 지식발전소라 할 수 있는 출판산업 지원이 필요하다는 데 뜻이 모아졌다. 특히 "책읽는 네이버, 책읽는 대한민국" 캠페인은 누구보다 출판계의 도움이 절대적으로 필요한 사업이었다.

"얼마 전에는 (사)대한출판문화협회와 (사)한국출판인회의와 함께 모여 워크숍을 하기도 했습니다. 5시간에 가까운 회의를 거쳐 출판계와 네이버가 함께 갈 수 있는 방법을 고민했습니다. 여기서 합의한 내용은 1월 중 '선포식'을 통해 발표할 예정입니다."

합의한 내용 중 하나는 전국의 학생들을 대상으로 한 "아침 10분 독서운동"이다. 이 운동은 이미 일본에서 시작돼 그 효과를 검증받은 바 있다. 특히 네이버는 1만여 초·중·고등학교를 대상으로 학급문고를 설치하는 등 아침 10분 독서운동이 한층 공익적인 차원에서 진행될 수 있도록 지원을 아끼지 않을 예정이다.

온라인은 '기회의 땅' ... '인터넷서 책 소개되면 책 더 잘 팔린다' 사례

온라인 문화를 선도해 온 네이버와 대표적인 오프라인 매체인 출판과의 만남이 처음부터 순조로웠던 것은 아니다. 출판계엔 인터넷문화가 독서문화에 안 좋은 영향을 끼치고 있다는 인식이 뿌리 깊었다. 하지만 허 마케팅그룹장은 "이러한 생각은 오해"라고 말했다. 인터넷 때문에 책을 안 읽는 것이 아니라 인터넷에 책 정보가 없기 때문에 책을 읽지 않는 결과를 초래했다는 것이다.

이러한 말을 입증하는 흥미로운 사례가 하나 있다. 한 출판사에서 있었던 일이다. 나름대로 공들여 책을 만들었는데 출간 직전 이 책이 누리꾼들 사이에서 공유되고 있다는 사실을 알게 됐다. 이 출판사의 사장은 법에 호소한다고 해서 문제가 해결될 것 같지도 않고, 그렇다고 출간을 중단할 수도 없어 이러한 사실을 무시한 채 책을 시장에 내보냈다. 결과는 뜻밖이었다. 우려했던 것과 달리 '자연과학'을 소재로 다룬 이 책의 판매는 기대 이상이였다.

“물론 불법복제와 전송을 용인해야 한다는 말은 절대 아닙니다. 하지만 이 사례는 시사하고 있는 것이 있습니다. 아이러니하게도 불법으로 유통된 파일이 오히려 홍보역할을 했다는 것입니다. 독서는 단순히 텍스트를 읽는 행위가 아니라 종이냄새를 맡고, 볼륨감과 지질의 촉감을 느끼는 하나의 문화행위이기 때문 일 것입니다. 생활의 중심이 인터넷으로 옮겨온 만큼 온라인에서도 책정보가 충분히 제공될 필요가 있습니다.”

불법복제가 고질적으로 성행하는 학술서적은 다르겠지만, 복제보다 더 근본적인 문제는 온라인상에 책에 대한 정보가 충분하지 않다는 것이다. 책 정보를 더 많이 더 세련되게 제공할 수 있다면 출판계의 우려와 달리 온라인은 '기회의 땅'인 셈이다. 또 POD와 같은 기술을 통해, 원하는 내용이 있지만 책 한 권을 사는 게 부담스러워 구매를 포기한 독자를 위해 필요로 하는 '부분' 만을 살 수 있게 하는 것 역시 인터넷에선 가능하다.

진정성 바탕한 도서 정보 서비스, 출판사 협조와 이해 절실

하지만 이를 위해선 먼저 선행되어야 할 것이 있다. 저작권문제는 오프라인의 책을 온라인에서 이용하기 위해서는 저작권 확보가 우선이다. 미국의 검색서비스 업체 구글의 경우 대학도서관 소장 도서들을 디지털 형식으로 바꿔 검색할 수 있도록 하는 디지털 도서관 프로젝트를 중단한 상태다. 저작권을 무시해 미국출판사와 저작자들의 반대에 부딪히고 있기 때문이다.

그에 비해 구글보다 앞서 도서본문검색 서비스를 시작한



허성남 네이버마케팅그룹장은 “인터넷은 지식의 핵심인 책에 대한 정보가 소홀했다”면서 “네이버의 철학은 고객에게 유익한 콘텐츠를 지속적으로 제공하는것”이라고 말했다.

네이버는 무리한 서비스 확장보다는 합리적인 방법을 통한 저작권 확보에 공을 들이고 있다. 출판계와의 협력이 절대적으로 필요한 또 다른 이유이기도 하다. 현재 북토피아와 함께 제공하고 있는 도서본문검색 서비스의 경우 검색한 키워드 앞뒤로 1,000자 정도만 볼 수 있도록 하거나, 도서본문검색 결과의 복사를 불가능하도록 제한하고 있다.

허 마케팅그룹장은 “출판사 등 저작권을 지닌 곳과 적극적으로 협력해 도서 서비스를 강화해 나갈 계획”이라며 “일일이 출판사의 동의를 얻으려면 시간이 많이 걸리는 게 사실이지만 저작권 보호라는 기본적인 원칙은 지켜나갈 계획”임을 밝혔다.

“얼마나 진정성이 있느냐?”

허 마케팅그룹장이 출판계 사람을 만나면서 가장 많이 받은 질문이다. 뜻은 좋다. 지원해 주겠다니 고맙다. 그런데 속내가 따로 있는 건 아니냐? 이익 추구가 우선인 자본주의 사회에서 활동하는 기업으로서 대답하기 쉬운 질문이 아니다.

“저희는 충분히 ‘진지’하다고 자부합니다. 말단 사원부터 최고경영자까지 이처럼 전사적인 분위기에서 캠페인을 펼치고 있는 것 자체가 매우 이례적입니다. 하지만 이러한 진정성은 받아들이는 사람이 느꼈을 때 인정받을 수 있을 것입니다.” **출판**

취재 신동섭 기자 | 사진 박신우 기자

네이버의 '책 읽는 네이버, 책 읽는 대한민국' 캠페인

1. 책 읽는 사회의 확산 캠페인

- ① 1억 원 책쿠폰 지원 : 네이버에서 진행되는 책캠페인이나 프로모션에 참가하는 네이버 회원들에게 매월 1억 원의 책쿠폰을 지급함으로써, 책을 쉽게 구매할 수 있는 기회를 제공하고 있다.
- ② 책 읽는 버스 사업 지원 : 산간벽지나 오지 지역의 어린이와 지역민들을 위해 책을 보급하고, 독서 교육 프로그램을 진행하고 있는 (사)좋은책읽기가족모임의 공익사업을 지원하고 있으며, 지난 12월초 강원도 정선 예미초등학교에 마을도서관 건립에 도서를 기증하는 한편, 강원도 지역을 다니며 책을 대여 보급하기 위해 이동도서관인 '책 읽는 버스' 1대를 기증한 바 있다.
- ③ 책 읽는 스타벅스 : 20~30대 젊은층들이 즐겨 찾는 커피전문점 '스타벅스' 매장에 서재와 도서를 지원함으로써 매장 방문객들이 자유롭게 책을 읽을 수 있도록 하는 '책 읽는 스타벅스' 행사를 마련하고 있다. 현재 서울 주요 지역 10개 매장에 산간 및 베스트셀러 위주로 1,000권의 도서를 제공하고 있으며, 매월 새로운 도서들로 교체할 예정이고, 올해부터는 매장내에서 <저자와의 대화> 등 책 행사를 진행할 계획이다.

