

디지털 출판물 유통 플랫폼 개념설계에 관한 연구

- 사회적 협동조합형 비즈니스 모델 -

Conceptual Design on the Marketing Platform for E-Books - The Business Model on the Notion of Social Cooperative -

정 준 민 (Jun Min Chung)*

< 목 차 >

I. 문제제기	IV. 전자책 납본의 의미와 활용
II. 가설적 제안 (개념설계)	V. 납본시스템 기반의 유통 플랫폼의 설계
III. 왜 전자책 통합 서비스 플랫폼이 요구되는가?	VI. 디지털 출판물 유통 플랫폼의 경영 방식
	VII. 결론 및 제언

초 록

납본시스템 기반의 유통 플랫폼을 설계하였다. 도서관이 출판플랫폼이어야 한다는 기존 논문의 완결작업으로 국립중앙도서관의 납본 시스템과 연계하여 전국의 도서관망을 체계적으로 묶은 전자책 유통 플랫폼이다. 목적은 전자책을 하나의 유통 공간으로 묶어내고 자연스럽게 독자를 규합함으로써 국내 출판사, 저자, 서점 및 다양한 출판/구독 서비스를 수행중인 플랫폼들의 가상 플랫폼으로서의 역할을 수행하기 위함이다. 전제를 전자책의 판매가 아닌 임차 개념이지만 이와 무관하게 플랫폼은 유효하다. 뿐만 아니라 플랫폼을 출판/독자와 연관된 모든 구성원의 이익을 대변하기 위하여 사회적 협동조합의 형식을 취하였다.

납본시스템 기반의 유통 플랫폼은 현실과 타협한 가장 이상적인 비즈니스 모델이다. 개념적 (Conceptually)으로는 출판 콘텐츠 관련 산업의 서비스는 독립적으로 운영되면서 협동공간인 납본시스템으로부터 모든 콘텐츠가 공급되는 모형이며 기술적 (Technically)으로는 중앙의 전자책 데이터베이스가 모든 콘텐츠의 흐름을 장악하지만 가상적 (Virtually)으로 출판 콘텐츠 관련 산업이 그 흐름을 제어하는 형식을 취한다.

키워드: 사회적 협동조합, 출판 유통 플랫폼, 독서문화, 납본제도

ABSTRACT

A marketing platform based on the legal deposit system was designed. It is an e-book distribution platform that systematically binds library networks nationwide by linking with the National Library's deposit system to complete the existing paper that the library should become a publishing platform. The purpose is to bundle e-books into a distribution space and naturally assemble readers to serve as virtual platforms for domestic publishers, authors, bookstores, and platforms running various publishing / subscribing services. The premise is not a sale of e-books, but a rental concept, but the platform is valid regardless. In addition, the platform takes the form of social cooperatives to represent the interests of all members involved in publishing services.

The lead-based distribution platform is the most ideal business model to compromise with reality. Conceptually, the service of the publishing content-related industry is a model in which all content is supplied from the lead-bone system, which is a collaborative space, and technically, the central e-book database controls the flow of all content, but the publishing content-related industry takes the form of controlling its flow through virtual.

Keywords: Social cooperative, Publishing marketing platform, Reading culture, Legal deposit system

* 전남대학교 사회과학대학 문헌정보학과 (wizard@jnu.ac.kr)

• 논문접수: 2019년 11월 20일 • 최초심사: 2019년 11월 27일 • 게재확정: 2019년 12월 18일
• 한국도서관정보학회지 50(4), 33-55, 2019. [http://dx.doi.org/10.16981/kliiss.50.201912.33]

I. 문제제기

“전자도서관은 회원 정보를 관리하고 책을 대여/반납/연장 등의 대출정보는 도서관에서 서비스를 제공하지만 전자책 자체의 서비스는 전자출판을 하는 업체들이 제공을 합니다. 따라서 리디북스와 같은 하나의 플랫폼이 아닌 각 출판사에서 제공하는 앱(또는 PC에서 사용 시 프로그램)이 필요합니다.” (황경상 2017). 지역 공공도서관에서 전자책을 사용하는 이용자의 발언이다. 이 이용자는 도서관에서의 전자책 외에도 ‘리디북스’를 포함하여 다양한 전자책 서비스 플랫폼을 사용하고 있으며 그에 따라 서로 다른 환경에서 전자책을 이용하고 있다.

왜 우리는 전자책을 이용하는데 한 공간, 한 환경에서 이용하지 못하고 구입처나 이용 상황에 따라 서로 다른 플랫폼, 다른 환경에서 이용하는가? 비록 서로 다른 곳으로부터 전자책 서비스를 받더라도 하나의 공간, 하나의 플랫폼에서 이용할 순 없을까? 내가 사고픈 전자책들이 서로 다른 플랫폼에서 서비스되어진다면 과연 난 전자책을 구입할까? 종이책은 어디에서 구입을 하든 심지어 어느 도서관에서 대출을 받든 하나의 공간에서 관리를 할 수 있다. 뿐만 아니라 하나의 독서노트에 내가 읽은 모든 책의 기록을 관리할 수 있다. 과연 종이책처럼 어디에서 구입하든 어떤 형식으로 관리하든 하나의 공간, 통일된 환경에서 전자책을 이용할 수 있을까?

본고는 전자책을 이용하는 이용자의 시각을 기반으로 전자책 이용의 편의와 전자책 물류의 효율성 차원에서의 개념설계와 이를 검증할 합리적 추론과 해석을 시도하여 보았다. 개념설계란 ‘열린 개념 창안하기’이며 제품 자체를 새롭게 정의하는 것으로 우리가 몰랐던 새로운 세상을 드러내는 수태성(fecundity)을 갖는다 (전인수 2019, 6). 즉, 그 개념 때문에 존재가 드러나는 것이다.

II. 가설적 제안 (개념설계)

본고에서 제기한 문제에 따른 해결책은 없을까? 전자책을 종이책처럼 다양한 채널을 통해 구입/대출/구독하더라도 하나의 공간 동일한 환경에서 이용하는 방법으로 납본시스템을 활용한 전자책 읽기 플랫폼을 제안한다.

1. 먼저 국립중앙도서관이 주체인 납본제도 (도서관법 제 20 조)를 통한 납본 데이터베이스를 플랫폼으로 설정한다.
 - 엄밀히 말하면 납본 시스템이 아닌 법령에 의해 납본된 전자책 데이터베이스를 말한다.

- 납본은 법률에 의한 강제조항으로 모든 전자책을 망라할 수 있는 기회이며 수단이 된다.
 - 납본 그 자체를 활용하자는 것이 아니라 납본에 의해 수집된 전자책을 데이터베이스로 구축하여 그것을 운영하자는 것이다.
2. 납본된 전자책의 생산자인 출판사, 저자의 동의와 참여로 설립된 사회적 협동기반을 운영주체로 상정한다.
- 납본이 법률에 의한 것이기 때문에 그 결과 역시 상업적이기 보다는 공익이 우선한다.
 - 국립중앙도서관이 납본에 대해 공정한 비용을 지불하는 것만 보아도 그 취지를 짐작할 수 있다.
 - 그럼에도 불구하고 전자책이라는 속성을 봤을 때 소장이기 보다는 배포의 의미가 강하므로 그 특징을 살릴 필요가 있다.
 - 즉, 전자책의 접근성을 살리고 납본의 공익성을 전제로 그 활용을 고민한다면 그것은 참여자 (국립중앙도서관, 출판사, 저자 등)의 합의가 우선하며
 - 그것이 곧 사회적 협동조합으로 표출될 수 있다.
3. 출판사, 저자와 계약을 통한 서점, 구독형 서비스 플랫폼 운영자, 또는 도서관을 매개로 전자책 DRM을 구축한다(표준화를 통한 호환성 확보).
- 그렇다고 그 소유권이 협동조합에 있을 순 없다.
 - 협동조합은 단지 데이터를 구축하고 운영할 뿐 모든 권리는 생산자 즉 출판사와 저자에게 있다.
 - 현재 진행 중인 전자책 서비스를 어떻게 수렴하고 그들의 피해를 최소화할 수 있을까? 현재 진행 중인 전자책 서비스 대부분은 서점, 서비스 개발업체에 의해 운영되고 있으나 만일 이 플랫폼을 통일 하더라도 공급되는 전자책의 소재만 바뀔 뿐 기존의 서비스 품질을 그대로 유지할 수 있다.
 - 단지 각 서비스가 채용한 DRM 규약은 일부 수정되어야 하며 그 연유는 하나의 공급망에서 서로 다른 운영 지향점을 갖기에 표준화가 필요한 부분과 차별성을 갖는 부분이 구별될 필요가 있다.
4. 이들 매개 기관을 통해 이용자, 소비자에게 전자책을 공급하는 공동의 이용자 인터페이스를 설계한다(소비자 편의성).
- 3번의 해석이라면 굳이 통합 데이터베이스를 구축하려는 의도는 무엇인지?
 - 그것은 현재 서비스 매체에 따라 분산된 이용자 인터페이스를 통합하자는 것이며 통합을 통한 소비자 만족도와 편의성을 높이는 데 있다.
5. 사회적 협동조합은 서비스 운영 (다운로드 비용)을 전제한 수입을 창출한다(수익 창출).
- 그럼에도 불구하고 추가로 발생하는 비용은 어떻게 감당하고 그 추가비용의 의미는?
 - 추가비용은 향후 각 서비스업체가 절약할 전자책 운영비용의 일부를 수수료로 협동조합에 지원하며 협동조합은 이용자 통합 인터페이스를 통해 수익사업을 개발한다.

4 한국도서관·정보학회지(제50권 제4호)

- 가장 중요한 것은 중소 출판사 또는 개인 저자들의 전자책 출판이 용이해지며 단위 도서관들의 전자책 구입을 적극 장려할 수 있으며 그 이용 편익을 최대한 보장할 수 있다.
6. 전자책 관련 서비스를 개발하여 제공한다(R&D).
- 이용자 인터페이스를 통합하면 개발할 수 있는 응용 프로그램은 많다.
 - 먼저 중앙 데이터베이스는 이용자 통계를 보다 정확하게 측정할 수 있으며 전자책 시장을 확장시킬 수 있고,
 - 이용자는 자신의 전자책 이용 이력을 체계적으로 관리할 수 있을 뿐 아니라 현명한 독서습관을 진작시킬 수 있다.
 - 끝으로 전자책과 차별화되는 유사 디지털 콘텐츠 서비스를 끌어들이 납본 시스템과는 별개의 통합 데이터베이스를 개발할 수 있다.

문제제기와 가설적 제안에 대해 합리적 해석과 추론을 하여본다.

Ⅲ. 왜 전자책 통합 서비스 플랫폼이 요구되는가?

출판시장이 위기인가? 아니면 출판의 변화를 인식하지 못하고 있는 것은 아닐까? 출판이 사양 산업이 아니라 종이를 올드 미디어로 분류하고 뉴미디어에 매혹당한 시대의 착각이라는 견해도 있다. 뉴미디어에 콘텐츠를 담는 일을 출판이라 생각지 않는 데 문제가 있지만 실제로 전자책에도 ISBN을 부여함으로써 뉴미디어 시장으로 확장되었다고 보는 것이 차라리 맞는 말이라는 것이다(주일우 2017). 전자책 시장이 도리어 창작자들의 플랫폼이 될 수 있다는 견해다.

그럼에도 불구하고 전자책 유통과정에서 기존 출판사가 출판 주체로서의 지위를 잃게 된 것은 전자책 장르가 웹툰, 웹소설 등의 편중 현상, 판픽으로 대변되는 스토리텔링, 게다가 구독을 전제로 전자책 데이터베이스를 구축하여 매월 일정액을 지불하면 데이터베이스 내의 모든 책을 이용할 수 있는 유통 방식(정준민 2018, 29-30; Pecoskie 2015, 610)으로 전통적인 출판에 대한 경계가 모호해진 경향이 있다. 구독방식의 전자책 서비스가 이젠 전자책을 넘어 종이책에도 적용하려는 시도(김수경 2019; 김연하 2019)는 출판 시장의 확장을 예고하기도 한다. 그러나 여전히 전자책 유통이 출판사가 아닌 전자책 콘텐츠 제작사에 의해 진행되면서 독자의 기호를 감각 위주로 이해, 변질시켰을 뿐 아니라 전자출판 콘텐츠 기획의 부재도 큰 역할을 했다. 출판사는 단순히 종이책 콘텐츠의 디지털 변환에만 관심을 가짐으로써 현재 전자책 솔루션들이 2000년대 초에 개발된 것들과 전혀 달라진 게 없다는 지적이다(구모니카, 유제상 2010, 18-19). 그때나 지금이나 전자책은 편집자나 디자이너가 원하는 모습을 구현하지 못한다. 폰트는 못 생겼고 레이아웃은 조잡하다. 글 상자와 이미지의 아름다움

조화를 생각하여 감각적으로 배열해 봤자 전자책에서는 그게 그대로 구현이 안 되기 때문에 허사이다. <최중수, 2010, 115> 그렇다보니 형식은 ISBN을 부여받은 책의 형상이지만 출판인들의 마음을 사로잡지 못했을 뿐 아니라 책이 아닌 것으로 생각하는 경향이 크다. 그러나 전자출판이 출판 시장의 주도적인 형태가 된다 하더라도 책의 기획, 창작, 편집, 디자인 등 생산의 과정에는 큰 변화가 없을 것이다. 다만 유통 환경의 디지털화, 즉 ‘출판 플랫폼의 환경 변화’¹⁾에 적극 대응하는 것만이 출판시장을 부흥시킬 수 있다고 믿는다(구모니카, 유제상 2010, 10). 그러기 위해서 구모니카와 유제상은 ① 출판사와 플랫폼 기업의 역할 구분, ② 올바른 플랫폼을 통한 전자책 유통질서 회복, ③ 플랫폼 내에서의 출판사 본연의 역할에 대한 고찰, ④ 새로운 관점을 지니고 전자책을 기획 등을 주장하였다(구모니카, 유제상, 2010, 20-27). 이은국도 전자출판의 유통 질서를 회복하기 위해선 공동 마케팅과 공동사업을 추진할 필요가 있다고 주장하였으며(이은국 2004, 187), 그것이 곧 올바른 플랫폼을 설계하는 것이라고 보았다. 플랫폼은 출판사만 참여하던 서점 유통 방식에서 벗어나 출판사, 저자, 개인 저작자, 서점, 기업 등 다양한 집단들이 참여하여 협력하고 거래하며 구매하는 장인 것이다(장용호, 공병훈 2012, 116-117).

아마존이 도서판매 쇼핑물에서 시작하여 비즈니스 플랫폼을 끊임없이 혁신하고 확장하여 현재는 전자책 시장의 강자로 군림한 것을 보아도 알 수 있다. 아마존은 온라인 서점에서 출발하여 현재는 e-book의 새로운 물류 시장을 개척하고 있다. 아마존은 그 과정에서 거의 수익률이 0%인 리테일 상품 판매를 통해 소비자를 불러 모아 시장을 개척하고 그 시장을 통해 e-book을 판매하고 있다(최효석 2019). 최효석은 아마존은 전자책을 커머스(유통 플랫폼), 물류와 웹서비스로 이루어진 플랫폼 산업으로 성장시켰으며 전자책의 생산자가 스스로 자신이 생산한 전자책을 아마존 플랫폼에 올려 이미 확보된 소비자를 대상으로 웹 서비스를 통해 수익을 창출한다고 말한다. 그러나 앞서도 언급하였듯이 국내 전자책 시장은 생산자로서의 출판사가 단순히 기술적 도구로서 디지털 콘텐츠 제작사에 의한 플랫폼을 활용하고 있을 뿐 플랫폼을 전자책 물류 시장으로 만들지 못하였다. 현재 리디북스, yes24, 교보, 알라딘 등 온라인 서점이 운영하는 전자책 플랫폼, 구독 서비스를 기반으로 하는 전자책 구독 플랫폼, 포털사이트가 주도하는 웹 콘텐츠 유통 플랫폼이 작은 변화를 일으키고 있다. 그러나 플랫폼은 기술이기 이전에 시장이다. 그러므로 몇몇 디지털 콘텐츠 제작자에 의해 온라인 서점이나 서비스 회사의 직접 또는 하청방식으로 운영되는 폐쇄적 플랫폼이 아니라 역으로 출판사나 출판 유통과 관계있는 독립된 주체가 적극적으로 나서서 전자책 소비 시장을 개척할 필요가 있다. 그 와중에 리디북스는 전자책 전문 플랫폼으로서 그 가능성을 보여주고 있다. 문화예술 콘텐츠 플랫폼에 대한 분석을 보면 플랫폼은 수요와 공급이 이루어지고 수익을 창출하는 공간으로 단순히 기술적 관점이 아닌 콘텐츠가 집적되고 플랫폼에 소비자가 관심을 가지면서

1) 종이 매체든 뉴미디어든 콘텐츠를 담는 행위가 곧 출판이며 이들 콘텐츠의 유통이 출판 플랫폼임에도 불구하고 콘텐츠 산업 생태계에서 기술적으로 출판이 배제된 상황 (주일우 2017)

기술적 융합을 통한 새로운 가치를 만들어가는 시장이라는 점을 상기시킨다(최정은, 김면 2019, 444-445).

미국을 중심으로 전자책 출판이 증가하는 하고 있으나 국내는 사정이 좀 다르다. 미국이 출판 시장에서 전자책이 차지하는 비중이 2015년 추산 2017년에 21.8% 일 것으로 추산한 반면(소병희 2015, 266) 국내는 공식 통계는 없지만 2019년 인터뷰 기사를 보면 5% 아래로 예측하고 있다(남혜현 2019). 전자출판 산업에 대한 콘텐츠 생산자 즉, 작가와 출판사의 인식 부족과 그로 인한 소극적 태도, 저작권, 출판권, 전송권에 대한 이해 부족 등(구모니카, 유제상 2010, 20) 이 크게 작용하고 있는 듯하다. 차라리 아직 전자책 시장이 활성화도 않은 점을 기회로 올바른 플랫폼 설계의 적기로 본다. 특히 구독 서비스는 전자책 시장에서 새로운 비즈니스 모델로 부각되고 있다. 이는 도서 정가제와 맞물려 뜨거운 이슈로 부상하였다(지유리 2019). 구독 서비스, 공유 서비스, 멤버십 비즈니스 이 모두 같은 개념으로 이들 서비스의 특질은 제품이나 거래소가 아닌 소비자들을 비즈니스 모델의 중심에 놓는다는 것이다. 즉, 소비자들의 만족을 기반으로 성립되는 비즈니스 모델이기 때문이다. 소비자들은 더 이상 단순한 소비가 아닌 목적이 있는 소비를 원하며 그렇게 형성된 소비자 집단 내의 커뮤니케이션을 통하여 새로운 콘텐츠를 양산할 수 있기 때문이다(함창모 2016, 7).

구독 비즈니스는 전자책에만 해당되지는 않는다. 뿐 만 아니라 구독 비즈니스가 현재의 새로운 비즈니스 모델이 아니라는 것이다. ‘구독경제’, 구독 비즈니스는 구독 경제 결제 시스템인 Zuora의 창업자 Tien Tzuo가 2007년에 만들어낸 용어로 디지털 구독이 이뤄지면서 제품 경제(product economy)에서 구독 경제(subscription economy)로 전환된다고 한다(Volpi 2019). 출판 산업에서 구독 서비스는 변화의 기회가 될 수 있다. 출판 산업에서 가장 심각한 문제는 뉴미디어에 대한 부적응과 함께 아직도 서점을 중심으로 하는 마케팅과 유통에서 그 연유를 찾는다. 독자들은 더 이상 서점에서 책을 구매하지 않는다. 도서정가제로 인한 가격부담도 큰 몫을 하지만 태블릿과 스마트폰등 기기를 활용해 읽는 전자책의 매력을 갖기 시작했다는 것이다. 절대적인 전자책 비중은 높지 않지만 매년 성장세는 2015년 현재 50%를 넘어 2017년에 60%를 넘을 것으로 추정하고 있다(소병희 2015, 272). 2016년 출판 산업 실태조사 결과에 따르면 전자책 시장 규모는 여전히 종이책보다 작지만 그 성장세는 20-25% 가 된다. 더불어 전자책 구독 서비스에 대한 긍정 평가가 절반을 넘었다고 한다(김광희 2019). 이 기사에 의하면 적은 가격에 5만종이 넘는 전자책을 이용할 수 있을 뿐 아니라 구독 기간 내에는 언제든지 내려 받아 볼 수 있으며 자신이 표시한 밑줄까지도 남아있다고 하며 이용자의 성향에 따른 큐레이션도 제공하는 서비스도 있다. 이은호가 말한 구독 서비스 성장을 위한 방안 역시 ① 오리지널 콘텐츠를 확장하거나 독점 콘텐츠를 확보하여야 하며 ② 다양한 결합 상품을 확장(부가상품 개발 - 오디오북 콘텐츠, 잡지나 뉴스 콘텐츠, 도서 요약 서비스 등) 하고 ③ 블렌디드 큐레이션(blended curation)을 강화할 필요가 있다는 점에 주목할 필요가 있다(이은호 2019, 40-41).

지식문화산업의 거점인 도서관 역시 지식을 소비하는 곳으로 인식되었으나 생산 플랫폼으로서의 역할을 주장하고 나섰다(Kelly 2014). 이미 미국의 몇몇 주에서는 도서관 고유의 전자책 플랫폼을 개발하고 그동안 임대계약을 통해 제공받은 전자책 서비스를 자체적으로 구축, 제공할 수 있도록 하는 프로젝트를 수행하고 있다. 프로젝트는 도서관에서 자체적으로 독립출판물을 발굴하는 계획도 포함되어있다. 지역문화와 역사를 도서관이 주관하여 출판하여 제공하는 서비스와 이를 기반으로 출판물 판매 전략까지 수립할 수 있다면 출판 주체로서 기존의 전자책 시장의 주도권도 충분히 견제할 수 있으리라 기대하고 있다(정준민 2018, 22). 국내에서도 인천 울목도서관에서 그 비슷한 사업을 추진하고 있다(김주엽 2018). 다만 국내 사례는 전자책으로 이어지거나 플랫폼을 구축하는 것은 아니지만 도서관에서 독립출판 작가를 양성함으로써 지역문화를 콘텐츠로 제작할 수 있는 가능성을 보여주고 있다. 지역문화 콘텐츠는 지역의 차별성, 독창성 및 역사성을 갖는 콘텐츠로서 그것의 발굴과 보급의 책무가 도서관에 있다고 본다면 그런 자원을 생산함으로써 도서관을 출판 플랫폼으로 거듭나게 할 수 있다. 다만 그렇게 생산된 자원을 어떻게 유통시키느냐는 또 다른 문제로 남는다.

이에 앞서 도서관에서는 전자책을 어떻게 취급하고 또 어떤 문제가 있는지 알아볼 필요가 있다. 선행연구를 살펴보면, 출판계는 도서관이 전자책을 구입하면 영구적으로 사용할 수 있다는 것과 무단 복제가 통제되지 않을 뿐 아니라 지역 연고와 무관하게 아무나 언제든지 이용할 수 있다는 점, 출판사의 전자책 판매가 타격을 입을 것이라는 점 등이며 도서관은 이용권의 제한이라든가 특정 기기에 종속될 수 있다는 것과 항구히 보존할 수 없다는 점 등이었다(정중호 2012; 정형선 2012; 송이 2012). 이에 대한 해결방안은 전자책 출간과 동시에 이용이 가능해야 하며 원격접근이 가능해야 하고, 전자책 지원이 지속성을 가져야 하며 상호대차 허용, 전자책 가격의 다양화(출간연도에 따라), 전자책의 공공성을 인정, 포맷과 기기로부터의 독립성 보장, 영구저장 등을 제안하였다(백지원 2014, 123-124).

문제는 전자책 서비스가 플랫폼 형식을 취하면서 도서관만을 위한 플랫폼을 새로이 구축하기 어려운 점을 감안할 때, 도서관 스스로가 서버를 구축하고 서비스를 수행하거나 기존 플랫폼에서 제한적인 서비스를 받을 수밖에 없다는 현실이다. 현재 도출된 문제나 해결방안은 플랫폼 틀 속에서 설명되고 해결되어야 하는 문제라고 본다. 이중 이미 변화가 일어나는 부분도 있다. 기존 전자도서관 모델은 전자책을 구매하여 영구적으로 이용할 수 있는 형태였지만, 최근에는 대출횟수에 다른 라이선스 모델이나, 대출 건당 이용료를 지급하는 형태, 연간 구독 형태 등의 다양한 비즈니스 모델에 대한 접근이 시도되고 있다(이은호 2019, 42). 영구저장 및 전자책 서비스의 지속성 문제는 전자책을 어떤 식으로 관리하느냐의 문제로 지금처럼 출판사나 공급사에 의존한다면 해결하기 힘든 문제지만 국립중앙도서관이 다른 도서관에 임의의 서비스를 수행하지 않는다는 조건으로 전자책의 데이터베이스를 구축한다면 영구저장과 지속성 보장을 해결할 수 있다. 이미 국립중앙도서관은 납본이라는 형식으로 모든 전자책을 수집하고 있음에 주목할 필요가 있다. 이 경우 국립중앙도서관의 납본 서버가 플랫폼의 중심

이 될 수 있을 뿐 아니라 마케팅과 서비스를 DB와 분리하여 운영할 수 있다면 많은 문제를 해결할 수 있다. 이제 남은 문제는 도서관이 전자책을 이용시킬 때 이용자를 어떻게 정의하느냐를 결정하는 부분이다. 쉬운 문제는 아니지만 국립중앙도서관이 전자책 납본 시, 한부씩 구입하는 것을 전제로 관내 이용만을 허용하고 타 도서관들은 자체 장서로 편입한 전자책만을 이용시키되 전국을 여러 개의 구역으로 나누어 이용자를 통제할 필요가 있다. 물론 관내든 원격이든 정당한 이용자에게만 서비스한다는 전제가 있어야 할 것이다.

전자책 출판을 중심으로 출판 마케팅을 플랫폼으로 인식하고 전자책 유통의 합리적인 방안의 하나로 구독 비즈니스를 검토하여보았으며 이를 통하여 도서관을 통한 전자책 서비스와 현재의 플랫폼 경제를 어떻게 하면 합리적으로 융합할 수 있을지를 전제로 전자책 납본 시스템을 전제한 유통 플랫폼을 구성하고 그 속에서 출판사, 저자, 서점, 구독 서비스 등이 독립된 마케팅 모델을 그려본다.

IV. 전자책 납본의 의미와 활용

납본시스템 기반의 유통 플랫폼은 우리나라가 갖는 특이한 환경 속에서 제안되었다. 지식정보자원 전달을 위해 생산된 모든 자원은 납본하여야 한다는 도서관법 제 20 조에 의거하여 의무적으로 수행되는 행위로서 국립중앙도서관이 대한출판문화협회에 위임하여 수행하고 있다. 납본은 국내에서 생산된 지식자원의 보존을 전제로 생산자의 저작권제한을 전제한다(정진근, 김형각 2010, 151). 도서관의 전자책 역시 그것이 도서관을 통해 국민들에게 제공할 만한 가치가 있다면 당연히 납본의 대상이며 그렇기 때문에 국립중앙도서관이 최소 한부를 구입한다. 그런데 문제는 디지털 저작물의 특징이 제대로 반영되지 못한 측면이 있다. 납본제도가 아날로그 방식이든 디지털 방식이든 그 형식에 구애받지 않고 동일하게 적용은 되지만 그 메커니즘을 들여다보면 차이를 확연히 알 수 있다. 아날로그 출판물의 경우 국립중앙도서관은 납본용과 자관 이용을 전제로 두부의 출판물을 구입한다. 출판사의 경우 책을 출판할 때 드는 비용을 감안하면 합리적인 절차라 볼 수 있지만 디지털 출판물의 경우, 납본용이 갖는 추가 비용은 발생하지 않는다는 것을 고려한다면 왜 디지털 출판물에 국가가 비용을 지불하는지 알 수 없다. 광승진에 의하면 전자자원 납본에 대한 출판계의 인식은 납본과 이용은 별개이며, 저작권 관리기관이 상이함으로 납본 시 고려가 되어야 한다고 주장하고 있다. 또한 납본 시 납본과일에 대한 정의가 필요하다고 보고 있다. 결과적으로 납본에 대한 인식 제고와 의무강화, 도서관법에서 도서관자료로 정의한 것을 개정할 필요성을 제안하고 있다(광승진 2014).

아날로그 출판물, 즉 종이책의 경우 판매의 의미는 물리적 객체의 이동과 재산권 전환의 문제가 발생하지만 디지털 출판물, 즉 전자책의 경우 그것의 실체는 이동이기 보다 접근을

통한 활용이며 그 활용에 대한 비용이 발생할 뿐이다. 다만 현재 종이책 유통의 경험이 전자책에 적용되어 전자책을 복제하고 그것의 저작권리 기술이 접목된다는 사실 뿐이다. 전자책이든 종이책이든 저작료를 지불할 의무가 있지만 종이책은 물리적 실체에 대한 생산 비용이 발생하므로 추가로 물리적 비용이 추가된다. 그렇다고 전자책이 저작료 외에 비용이 발생하지 않는 것은 아니다. 종이책과 공통적인 부분을 빼더라도 서버를 운영하고 저작물의 권리를 관리하는 비용이 요구된다. 출판사들이 전자책에 쉽게 뛰어들지 못하는 이유이기도 하다. 전자책이 갖는 장점이 큰 반면 새로운 투자를 해야 할 뿐 아니라 투자에 비해 동시에 발행되는 종이책이 입는 손실이 크기 때문이다.

전자책은 그 형식이 디지털로 제작된다는 사실을 빼면 그 형식이 매우 자유롭다. 그렇기 때문에 경우에 따라서는 납본으로부터 자유로울 뿐 아니라 종이책이 갖는 여러 법적 규제의 밖에 존재한다. 이용자의 시각에서 보면 다 같은 콘텐츠를 이용함에도 불구하고 어떤 디지털 콘텐츠는 책(출판물)처럼 취급되지만 경우에 따라서는 단순한 웹 자원으로 인식되곤 한다. 국가가 바라보는 지식정보자원 전달을 위해 생산된 모든 자원에 대한 인식이 도서관에서 다를 수 있는 자원인지 아닌지로 나누어 따진다면 이견 단순히 기술 접목의 문제가 된다. 장기적으로는 이 문제를 해결해야 할 필요가 있다.

그런데 디지털 자원을 도서관이 다룰 수 있는지 없는지의 문제는 이제 더 이상 기술의 문제가 아니라 디지털 콘텐츠를 어떻게 공급하느냐의 문제일 뿐이다. 즉, 도서관이 일관된 통제 영역 안에서 자원을 이용할 수 있다면 도서관은 그 자원을 구입할 것이고 그렇게 되면 그 자원은 납본의 대상이 되는 것이다. 납본을 문제 삼자는 것이 아니라 납본이라는 제도적 장치를 좀 더 잘 활용하면 디지털 출판물에 대한 도서관의 인식을 바꿀 수 있을 뿐 아니라 디지털 출판물의 생산을 부추길 수 있기 때문이다.

납본이 기왕에 도서관에서 유통될 콘텐츠에 대한 보존과 통제(망라)를 위해 만들어졌다면 일차적으로 각 도서관에서 구입하는 모든 전자책에 대해 일관된 유통망을 제공할 필요가 있다. 현재까지 어떤 도서관은 단독의 서비스 시스템을 구축해 전자책을 자신의 서버에 구축하여 서비스 하는가 하면 또 다른 도서관은 공급처가 제공하는 서비스 시스템에 연동하여 전자책을 제공하고 있다. 어느 경우가 되었든 전자책을 이용하기 위해 비용을 지불해야할 뿐 아니라 경우에 따라서는 비정상적으로 서비스가 중단될 가능성도 있다. 도서관이 전자책의 영구적인 보존에 의심을 갖는 대목이다. 자체 서버를 쓸 경우, 이용량과 투자비용보다 더 많은 유지비가 요구될 수 있으며 외부에 의존할 경우, 그 시스템의 안전성을 보장받지 못할 수 있다. 그러나 국립중앙도서관은 납본에 의해 도서관에서 소용되는 모든 전자책을 보유하고 있을 뿐 아니라 그 관리를 위하여 서버를 운영하고 있다. 이제 이 데이터를 공급자와 수용자의 요구와 계약에 따라 서비스를 제공해줄 수 있다면 단위 도서관에서 감당하는 비용을 축소할 수 있으며 공급에 대한 안정성도 확보할 수 있다. 물론 이 경우, 전자책을 제공하는 출판사들의 이익도 보장해야 하는 문제가 발생할 수 있으나 국립중앙도서관이 임의로 전자책을 작은 도서관

등에 제공하지 않기 때문에 큰 문제가 되지 않는다. 뿐만 아니라 출판사나 공급자들이 그들의 규모와 상관없이 안정적으로 영업도 독립적으로 이행할 수 있다.

한편 모든 도서관이 전자책을 정당한 계약에 의해 전자책을 이용할 수 있는 방안이 생겼다면 다음 문제는 그 이용에 대한 서비스 범주를 어떻게 책정하느냐의 문제가 남는다. 즉, 전자책의 특징이 언제 어디서나 서비스가 가능한 반면 콘텐츠 제공자의 이익을 보호하기 위해선 그 이용의 한계를 규정지어야 한다. 지금은 이용자들이 개별 도서관에 회원등록을 하면 어느 누구라고 언제 어디서나 이용이 가능하다. 그렇지만 아날로그 종이책의 경우, 이용자가 현장에 존재하여야만 그 콘텐츠를 이용할 수 있지만 디지털의 경우는 그렇지 않다는 데 문제가 있다. 한번만 회원 등록을 하면 누구든 언제나 이용이 가능하기 때문이다. 뿐만 아니라 그 회원이 얼마나 많은 도서관에 회원으로 등록이 되었는지 다른 도서관은 알지 못한다. 모두가 독립적으로 회원관리를 하고 있기 때문이다. 차라리 전자책 이용의 편익과 비용을 전제로 도서관이 회원정보를 공유하여 누구나 이용 가능한 상태로 만들려 하고 있다. 만일 전자책을 중앙에서 일관되게 공급하듯이 그것을 이용하는 이용자의 범주와 한계를 동시에 관리할 수 있다면 전자책에 대한 공정 이용을 보장할 수 있지 않을까?

이 문제를 해결하기 위하여 전자책 이용을 위한 권역(jurisdiction) 설정을 제안한다. 일차적으로 대표도서관으로 식별되는 영역을 하나의 구역으로 한 후, 인구 대비 더 세분화할 수 있다. 그러나 중요한 것은 하나의 전자책을 이용하고자 하는 이용자 숫자가 너무 많다고 이용자 영역을 좁히자는 것이 아니라 적정한 배분을 통하여 필요한 경우 복본의 이용권을 확보하는 것이 바람직하다. 그리고 지역권이 넓어질 경우, 그에 속한 작은 커뮤니티의 도서관이 붕괴될 수 있다. 그러므로 지역의 커뮤니티를 감안하여 분할하는 것이 바람직하다. 이렇게 구역이 분할되면 이번엔 인접한 두 구역의 회원들이 양쪽 구역의 전자책을 이용할 수 있는 이중등록의 권한을 부여한다. 이것은 임시적인 조치로 이용자가 원할 경우, 일시적으로 이중등록이 가능케 하자는 것이며 기본적으로는 한명이 하나의 구역에 속하도록 하는 것이 바람직하다. 물론 이 조합에 예외는 존재한다. 즉, 관할 구역 내에 존재하는 색다른 커뮤니티를 의미한다. 예로 대학, 교육청, 기업 등이 도서관을 운영할 경우, 관할 구역 회원등록과 별개로 회원권을 부여하는 방식이다. 이렇게 함으로써 디지털 콘텐츠를 각자 구입케 하는 효과가 있으며 소속 커뮤니티에 대한 이용 가능성을 높일 수 있게 된다.

국립중앙도서관과 대한출판문화협회가 공동으로 플랫폼을 개설하여 전자책을 납본의 형식으로 수집하고 이것을 일차적으로 도서관 회원을 통해 이용시키게 되면 부차적으로 일반 서점이나 서비스 업체는 도서관 회원을 대상으로 마케팅이 가능하며 비록 도서관 회원이 아니라 하여도 이들 서점이나 서비스 회사가 지원하는 모든 콘텐츠는 새롭게 형성된 플랫폼에서 이루어지므로 이용자 관점에서의 새로운 서비스가 가능해진다. 지금까지 콘텐츠를 제공하는 기관이나 주체마다 서로 다른 이용자 공간에 자신이 제공하는 콘텐츠만 운영했다면 이용자가 구입, 대출, 구독하는 모든 콘텐츠가 한 공간에서 서비스되는 효과를 누릴 수 있다. 이는 단순

히 이용자 공간을 통합하는 효과가 있을 뿐 아니라 콘텐츠가 종합 관리됨으로써 얻는 부차적 효과도 얻을 수 있다. 통합 목록 서비스, 독서활동 기록부, 접근의 수월성 등 그 효과는 여러 가지로 나타날 수 있다. 그리고 가장 특징적인 것은 비록 이용자 공간이 통합된다 하더라도 각각의 이용 도서관, 서점, 서비스 등은 독립적으로 운영할 수 있다는 것이다. 각자의 요구와 조건에 맞는 DRM을 콘텐츠 마다 별개로 적용하기 때문이다. 다만 이를 위하여 약간의 표준화 작업과 통제는 필요하다.

V. 납본시스템 기반의 유통 플랫폼의 설계

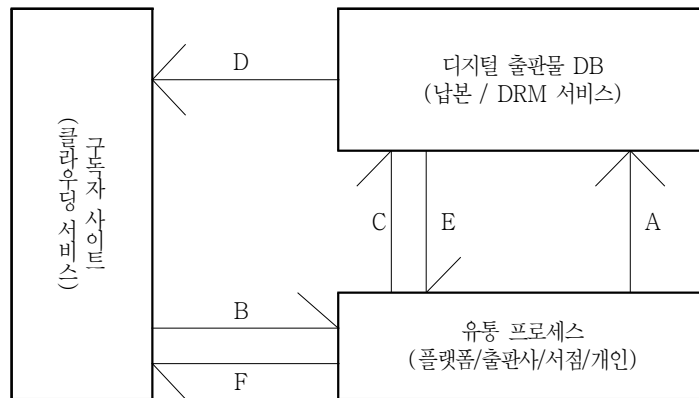
플랫폼이란 수요자 측면의 사용자(demand-side user)와 공급자 측면의 사용자(supply-side user)가 플랫폼 규칙을 만들고 콘텐츠를 제공하는 플랫폼 스폰서가 콘텐츠를 제공하는 시스템이다. 즉, 공급자 측면의 사용자가 네트워크를 기반으로 수요자 측면의 사용자 요구를 기반으로 하는 콘텐츠 유통 규정을 개발하면 재산권과 기술개발에 참여하는 플랫폼 스폰서가 참여함으로써 구성된다(최정은, 김면 2019, 438-449). 그 방법은 크게 공급자 측면의 사용자가 콘텐츠의 공급을 콘텐츠 제공자로부터 권한을 이양 받아 독점적으로 수요자 측면의 사용자에게 전달하는 방식과 공급자 측면의 사용자는 단순히 플랫폼 규칙만을 관리하고 콘텐츠 제공자와 수용자 측면의 사용자가 직접 거래를 만들어 가는 두 가지 방식이 존재한다. 납본시스템 기반의 유통 플랫폼은 두 가지 방식을 절충하여 법적으로 강제화 된 납본제도를 이용하는 방식으로 콘텐츠 제공자가 모든 (디지털) 콘텐츠를 공급자 측면의 사용자에게 제공하지만 그 권리행사는 전적으로 콘텐츠 제공자에게 있으며 공급자 측면의 사용자는 오직 기술개발에만 참여하는 형식으로 콘텐츠 관리와 기술개발 그리고 가장 중요한 콘텐츠의 공급과 사용에 대한 보험적 행위를 감당함으로써 수익을 창출한다. 물론 개별적으로 콘텐츠 제공자가 자신의 이익에 부합하는 공급자 측면의 사용자를 선택할 수 있지만 다른 공급자 측면의 사용자 역시 독립된 수익창출이 목적이기 때문에 이해 상충과 콘텐츠 제공의 불완전성은 상존한다고 볼 수 있다. 납본시스템 기반의 유통 플랫폼은 이들 상업적 플랫폼을 무너뜨리고자 함이 아니라 그것이 플랫폼이든, 출판사의 마케팅이든 아니면 개인 저자나 온라인 서점의 판매 활동이든 그들의 행위를 저해하자는 것이 아니라 그들을 묶어 거대한 가상 플랫폼을 구현하려 함이다.

납본시스템 기반의 유통 플랫폼은 일단 국립중앙도서관이 운영하는 납본제도를 중심으로 기 구축된 전자책에 대한 사용권을 위임받아 콘텐츠의 재산권을 행사하는 콘텐츠 생산자 및 제공자들의 요구에 따라 그들의 방식으로 콘텐츠를 수요자 측면의 사용자에게 제공할 뿐 아니라 다른 플랫폼을 이용했을 경우 수요자 측면의 사용자에게 일어날 수 있는 비정상적인 서비스 중단이나 서비스 종결로부터 수용자 측면의 사용자를 보호할 수 있다. 콘텐츠 제공자 역시

강제화 된 납본제도에 따라 납본을 수행하는 과정에서 자신의 콘텐츠가 자연스럽게 유통망을 확보하게 됨으로써 적은 힘으로 콘텐츠를 판매하는 효과를 가진다. 물론 마케팅과 보다 적극적인 판매를 위하여 서점과 새로운 서비스 망을 동시에 활용할 수도 있다. 다만 이들 판매망이나 서비스망 역시 단일 콘텐츠 서버로부터 같은 콘텐츠를 제공받는 차이만 있을 뿐이다.

일반 가전제품의 유통망을 보아도 알 수 있다. 서로 다른 마케팅 전략과 서비스 망을 갖췄다 하더라도 모든 가전제품은 단일 생산기업으로부터 공급받는다. 전자책 역시 납본 시스템으로부터 공급되지만 각자 서로 다른 마케팅 전략과 서비스 망을 개발하여 운영할 수 있게 된다.

추가로 제한할 것은 디지털 콘텐츠, 즉 전자책은 판매의 대상이 아닌 임차의 개념으로 운영함을 전제한다. 전자책에 대한 공급자와 수용자 사이의 심각한 괴리의 하나는 전자책의 소유와 그 운용에 대한 법적 권리에 대한 상충이다(백지원 2014, 118). 출판계는 전자책의 소유는 생산자에게 있으며 필요에 따라 임차할 수 있어야 한다는 것이며 소비자 역시 영구히 지원받을 수 없는 시스템 속에서 기술적으로 전자책을 소장한다는 게 의미 없음을 알고 있다. 비록 납본이라는 제도적 장치를 쓰지만 여전히 물리력으로 개인에게 영구 소장을 강요할 수는 없다.

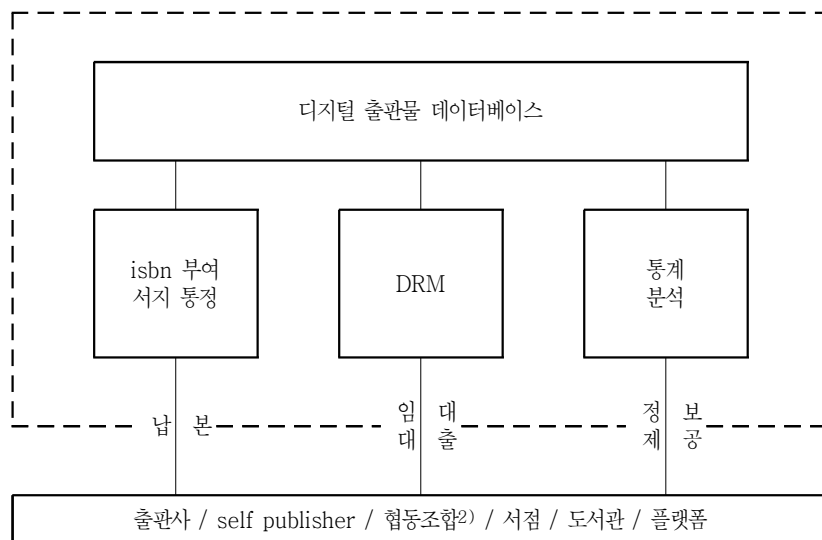


- A : 납본 [국립중앙도서관 대행]
- B : 임대/대출 요청 C : 디지털 출판물 제공 요청
- D : 다운로드 스트리밍 E : 서비스 완결 통보 및 정보 공유
- F : 디지털 출판물 메타자원 및 부가자원 제공

<그림 1> 디지털 출판물 유통 플랫폼 (비즈니스 모델)

납본시스템 기반의 유통 플랫폼 <그림 1>은 먼저 국립중앙도서관으로부터 위임받은 납본 업무를 중심으로 설계되었다. 디지털 콘텐츠의 특성상 납본이라 하더라도 인쇄매체의 납본과 달리 그 자체가 이미 활용의 단계를 담고 있기 때문에 단순한 보존과 축적의 의미를 넘어 필요에 따라 활용을 위한 전제가 성립된다. 물론 납본시스템 내의 디지털 콘텐츠를 무단으로 활용하는 것이 아니라 콘텐츠 제공자 즉 출판사, 독립출판 작가, 구독서비스 제공자, 온라인

서점, 기타 플랫폼 서비스 나아가 도서관의 요구에 대응하는 차원에서 납본시스템 내의 디지털 콘텐츠를 활용하게 된다. 엄격히 말하면 도서관 서비스를 위한 플랫폼으로서 모든 디지털 콘텐츠는 생산자 또는 그것을 활용하고자 하는 모든 콘텐츠 제공자들의 재산권을 보호하기 위한 디지털 콘텐츠 관리 기능(DRM; digital resource management)을 가지며 그 방법은 플랫폼 운영자 또는 콘텐츠 제공자가 지원하는 기술을 활용한다. 다만 모든 콘텐츠는 실질적 이용자 (수요자 측면의 사용자)가 하나의 공간에서 서비스가 가능하도록 표준화하여야 한다 <그림 2>.

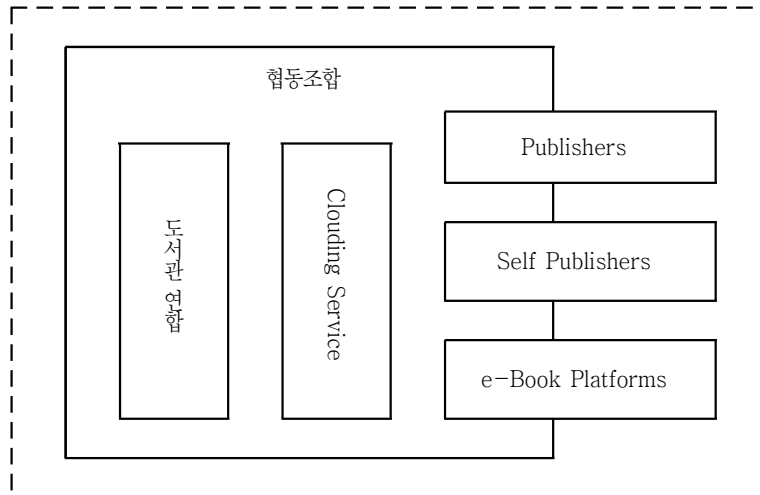


<그림 2> 납본 프로세스 세부 흐름도

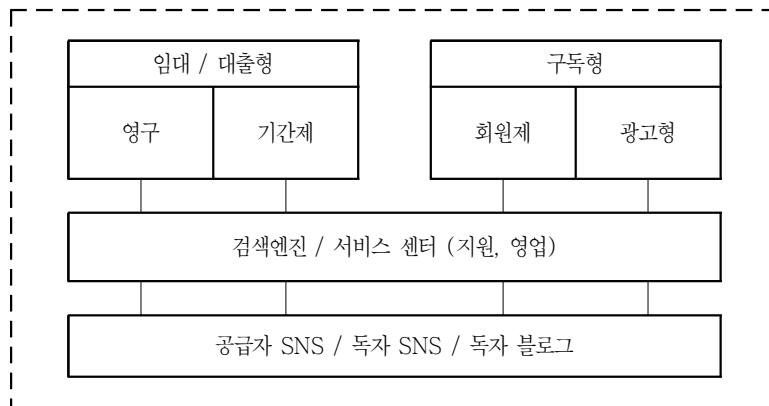
모든 콘텐츠 이용자는 어떤 서비스 채널을 이용하든 자신이 설정한 공간 (Clouding Service)에 자신이 구입, 구독, 대출한 모든 콘텐츠를 총괄적으로 관리할 수 있다. 기왕의 플랫폼에서는 이용자의 필요와 무관하게 플랫폼을 지원하는 서비스 각자가 설정한 공간에서만 콘텐츠를 이용할 수 있었다면 납본시스템 기반의 유통 플랫폼에서는 어떤 서비스를 이용하든 모든 콘텐츠를 최종 지원하는 구조이므로 이용자 중심의 콘텐츠 종합관리가 가능하다. 즉, A라는 온라인 서점에서 전자책을 구입하든 B라는 지역 공공도서관에서 전자책을 대출받은 모든 콘텐츠는 하나의 공간에서 서비스가 이루어지며 그렇기 때문에 콘텐츠 중심의 새로운 서비스가 만들어질 수 있다. 예를 들면 지금까지 이용자가 구입, 구독 또는 대출받은 콘텐츠를 망라할 수 있을 뿐 아니라 콘텐츠를 이용하는 과정에서 생산되어지는 이차 자원(독후감, 낱말사전, 인용구 정리 등)을 포괄적으로 관리할 수 있다. 뿐만 아니라 모든 콘텐츠를 필요에 따

2) 플랫폼 사업의 주체임. 다음 장에서 다룰 것임.

배열을 달리할 수 있을 뿐 아니라 필요에 따라 같은 콘텐츠를 이용하는 다른 이용자와의 교감도 하나의 공간에서 가능하다<그림 3, 4>.



<그림 3> 유통 프로세스 구성도



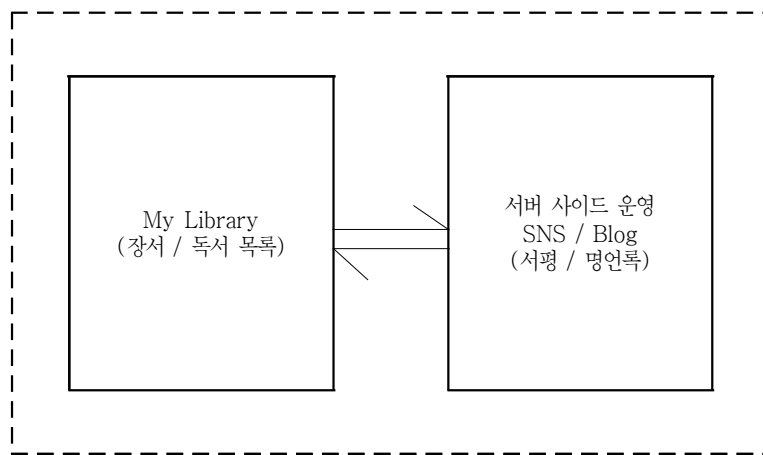
<그림 4> 유통 프로세스 세부 흐름도

납본시스템 기반의 유통 플랫폼의 프로세스를 좀 더 세분하여 보면 납본 프로세스, 콘텐츠 제공자 관리 프로세스, 주문 제어 프로세스, 이용자 관리 프로세스 및 도서관 전자책 관리 프로세스로 나누어 볼 수 있다. 특히 도서관 전자책 관리 프로세스는 전국의 도서관을 몇 개의 지역권으로 나누어 도서관에서 구입하는 모든 전자책을 일관되게 관리함으로써 향후 재산권 관리 및 공중이용에 관한 문제를 선제적으로 통제할 수 있다.

먼저 납본 프로세스는 현재 국립중앙도서관이 대한출판문화협회에 위임한 납본업무를 사회적 협동조합이 수행하는 형식을 취한다. 다음 장에서 설명할 사회적 협동조합으로서의 플

랫폼 서비스는 국립중앙도서관과 대한출판문화협회가 공동 출자하는 형식으로 만들어지며 협동조합에서 발생하는 모든 이익은 분배가 아닌 재투자 형식을 취한다. 납본시스템 기반의 유통 플랫폼의 주체인 사회적 협동조합(이하 협동조합)은 출판협회 회원과 도서관협회 기관 회원으로 구성한다. 협동조합의 수익은 회원들의 회비와 전자책 판매에 따른 수수료로 한다. 필요에 따라 수익사업을 전개할 수 있으며 수익사업은 이용자 편의의 부가 서비스 창출, 일부 디지털 콘텐츠를 이용할 때 부과되는 광고 등을 들 수 있다.

콘텐츠 제공자 관리 프로세스는 말 그대로 회원사들이 개발하는 모든 서비스를 지원한다. 콘텐츠 제공자들은 협동조합 내 사이트에서 활동을 하거나 외부에서 복합적으로 활동을 할 수 있다. 그 어떤 경우든 콘텐츠 제공자가 요청하는 모든 콘텐츠의 지원업무는 협동조합에서 담당한다. 주문 제어 프로세스가 그것으로 서비스 제공자로부터 요청받은 콘텐츠에 대해 해당 이용자에게 이용 조건에 맞춰 콘텐츠를 제공하고 그 이력과 운용을 관리한다. 또한 이용자가 콘텐츠 이용으로부터 발생한 민원을 협동조합이 적절히 대처하는 기능도 포함한다. 예를 들면, 이용자가 콘텐츠의 사용 영역을 자신의 다른 기기로 확장하고자 할 경우, 서비스 제공자와의 계약조건과 현재 사용 중인 서비스의 이력을 바탕으로 협동조합이 조치를 수행할 수 있으며 DRM 관련 또는 재계약(대출 연장, 임차기간의 연장 등)에 대하여 콘텐츠 제공자와의 서비스 약관에 따라 그 행위를 수행한다. 여기엔 이용자와 서비스 제공자 사이의 재무 관련 문제도 수행한다.



<그림 5> 구독자 사이트 구성도

이용자 관리 프로세스는 서비스 제공자와의 서비스 계약조건의 준수와 이용자의 등록, 탈퇴 및 이용자 영역의 부가 서비스 창출 등의 서비스를 포함한다<그림 5>. 이 프로세스에는 단위 도서관 회원관리도 포함되며 도서관협회와의 규약에 따라 이용자를 복수의 도서관 회원으로 운영하는 것을 제어한다. 특정 이용자가 이용하고자 하는 도서관에 정식 회원으로 인증

되면 그 도서관을 통해 전자책을 이용할 수 있게 지원할 뿐 아니라 이용자의 편의에 따라 일시적으로 또는 장기간 또 다른 도서관의 회원으로 그 도서관의 전자책을 이용할 수 있게 지원한다. 예를 들면 특정 지역에 거주하는 이용자가 그 지역 내의 대학, 기관, 교육청 등의 서비스를 이용할 권리를 가질 경우, 복수의 회원 등록을 허가하며 그 신분의 변동을 수시로 확인하는 기능을 갖는다. 필요에 따라서는 인접 지역 공공도서관의 회원으로 이중 등록도 허가할 수 있다. 이 모든 기능은 도서관협회의 규정에 따른다. 즉, 협동조합 플랫폼의 운영에 앞서 도서관협회의 전자책 이용을 위한 회원관리, 지역 도서관들의 지역권 설정 등이 협의되어야 함을 의미한다. 물론 콘텐츠 제공자와 지역 대표도서관 간의 이용약관도 같이 이루어져야 할 사항이다.

Ⅵ. 디지털 출판물 유통 플랫폼의 경영 방식

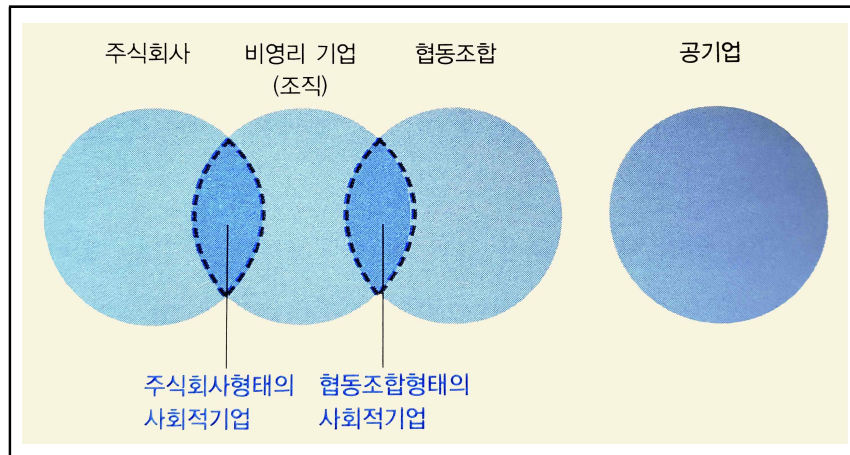
납본시스템 기반의 유통 플랫폼 비즈니스 모델을 설계하여 보았다. 제시한 비즈니스 모델은 수익을 창출하기 위한 모델이기 보다 사회정의³⁾(social justice) 차원에서 고안한 모델임을 밝힌다. 그러므로 본 비즈니스 모델의 경영은 사회적 협동조합의 형태를 갖기를 제안한다.

협동조합과 기업은 사업의 주체가 다르다. 주식회사에서 소유주는 자본을 투자한 주주이지만 협동조합의 소유주는 조합을 실제로 이용하는 조합원이다. 협동조합은 조합원들이 공동으로 소유하는 사업체인 것이다. 이러한 차이로 인해 사업을 하는 목적 역시 달라진다. 기업은 주주들의 이윤극대화를 위해 시장에서 영리사업을 하지만 협동조합은 조합원들이 느끼는 공통적인 생활상의 필요나 목적의 충족을 위해 사업을 한다(강화명 2018, 31). 특히나 문화콘텐츠산업은 다른 제조 산업과는 다르게 문화콘텐츠 상품의 순환과정에서 창의성, 개별성, 역동성, 전파성, 기호성과 함께 프로슈머적 특성도 함께 가지고 있다(송시형 2017, 32). 출판 산업에 종사하는 이들은 생산자이자 동시에 소비자이기도 하며 문화콘텐츠에 담긴 내용은 지속적으로 확장되는 특성을 가지므로 협동조합의 전통 철학인 ① 공동체주의 ② 사회주의적 전통 ③ 자유주의적 전통(장종익 2014, 38)을 가진다. 특히 ‘사회적 협동조합은 다중 이해관계자들이 자기 이익보다는 공익을 목적으로 참여’(장종익 2014, 67) 함으로써 그 가치를 실현한다.

사회적 협동조합과 일반 협동조합<그림 6>의 차이점은 일반 협동조합이 영리를 목적으로

3) 사회정의(social justice)를 실현하기 위해서는 권력과 의무, 기회와 재화, 이익과 부담, 지위와 특권 등 여러 사회적·경제적 가치들의 절대량에 관심을 갖기보다는, 이들 가치들이 사회 구성원들 사이에 어떻게 배분되어 있는가에 관심을 두게 된다. 따라서 사회정의란 분배적 정의(distributive justice)를 의미하며, 분배적 정의란 사회 구성원 각자가 자신이 향유하여야 할 사회적·경제적 가치의 응분(應分)의 몫을 누리는 상태를 의미한다. 그러므로 정의는 전통적으로 평등으로 이해되었다. 그것은 단순한 절대적 평등이 아니라, 각자에게 그의 몫을 실현시키는 평등이다. 정의는 또한 어떤 단순한 하나의 권리가 아니라 모든 권리와 의무와 관련된다. 즉, 권리와 의무의 올바른 분배 혹은 권리와 의무의 올바른 구현이 바로 정의이다. (온라인행정학전자사전)

하는 법인이라면, 사회적 협동조합은 지역주민들의 권익 및 복리증진과 관련된 사업을 수행하거나 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하는 등의 활동을 하는 비영리법인이다(김영빈 2015).



(장중익 2014, p. 58)

<그림 6> 기업소유의 네 가지 주요 형태

플랫폼에 참여하는 조직은 DB를 구축하고 생산자의 권리를 보호하는 국가기관<납본>, 공익적 차원에서 콘텐츠를 공급하는 공공기관<도서관>, 생산자, 유통업자 및 소비자로 구성되어 있다. 납본을 담당하는 국가기관은 전자책의 생산을 감독하고 거래 질서를 확립할 수 있으며 공공기관은 전자책의 공공이용을 통해 미래 세대를 대비할 수 있다. 전자책 생산자와 유통업자는 전자책을 공동 관리함으로써 관리비용과 개발비용을 줄여 이윤을 추구하며 소비자는 전자책의 이용비용과 활용 환경을 최적화함으로써 상호 이익이 될 수 있다. 플랫폼이 지향하는 것은 전자책을 체계적으로 수집하고 공정히 활용함으로써 독서인구의 저변을 확보하고 그 속에서 생산자와 소비자가 상생하는 선순환 구조를 확립하고자 함이다.

VII. 결론 및 제언

납본시스템 기반의 유통 플랫폼은 현실과 타협한 가장 이상적인 비즈니스 모델이다. 개념적(Conceptually) 으로는 출판 콘텐츠 관련 산업의 서비스는 독립적으로 운영되면서 협동공간인 납본시스템으로부터 모든 콘텐츠가 공급되는 모형이며 기술적(Technically) 으로는 중앙의 전자책 데이터베이스가 모든 콘텐츠의 흐름을 장악하지만 가상적(Virtually) 으로는 출판 콘텐츠 관련 산업이 그 흐름을 제어하는 형식을 취한다.

물론 납본시스템에 의해 납본된 전자책을 무단히 사용하자는 것이 아닌 출판사, 저자, 구독

형 플랫폼 등의 동의와 참여로 운영하자는 것이다. 단위 도서관의 경우도 전자책 제공사에 따라 서로 다른 앱이나 프로그램을 사용했다면 이것을 통합 데이터베이스로부터 공급 받자는 것이다. 현재 제안한 비즈니스 모델은 국립중앙도서관, 출판사, 저자 등의 콘텐츠 공급자와 합의만 이루어진다면 제도 개선 없이도 가능하다. 다만 전자책을 구입하는 방식과 임차하는 방식에 대한 전자책 가격 책정에는 토론의 여지는 남아있다.

참고문헌

- 강화명. 2018. 공생주의로 본 협동조합 경제 운동에 관한 고찰. 『통일사상연구』, 14: 23-51.
- 강화명, 이내준. 2018. 사회적 협동조합에 관한 통일사사적 이해. 『평화와 종교』, 5: 121-146.
- 곽승진. 2012. 『온라인 디지털자료납본을 위한 법제화 방안 연구』. 서울 : 국립중앙도서관 최종연구보고서.
- 구모니카, 유제상. 2010. 한국 전자출판 플랫폼 정립에 관한 연구. 『한국출판학연구』, 59: 5-31.
- 김영빈. 2015. 사회적 협동조합. 『국토』, p. 47.
- 김신양. 2011. 사회적기업의 발전과정 및 전망. 『농정연구』, 37: 17-66.
- 김현. 2010. 문화콘텐츠, 정보기술 플랫폼, 그곳에서의 인문지식. 『철학사상』, 90: 63-88.
- 김현대, 하중란, 차종석. 2016. 『협동조합, 참 좋다』. 서울: 푸른지식.
- 박근운, 최문희. 2018. 문화예술협동조합의 성공적 운영을 위한 유형연구. 『2018 한국브랜드디자인학회 제27회 국제학술세미나』. 30-32.
- 백지원. 2014. 공공도서관 전자책서비스의 쟁점과 대응 방안. 『문헌정보학회지』, 48: 113-135.
- 소병희. 2015. 전자책 출판의 동향과 지원정책. 『문화정책논총』, 29: 262-285.
- 송시형. 2017. 협동조합과 문화콘텐츠산업의 융합을 통한 대안 미디어의 발전 : 미디어협동조합 국민TV를 중심으로. 『한국융합인문학』, 5(3): 31-54.
- 송이. 2012. 『대학도서관 전자책장서개발 지침 개발에 관한 연구』. 석사학위논문. 이화여자대학교.
- 이문학. 2013. 출판사와 도서관의 상생을 위한 협력방안 연구. 『한국출판학연구』, 39(2): 105-137.
- 이은국. 2004. 국내 출판사의 디지털 경영전략모델에 관한 연구. 『한국출판학연구』, 47: 155-195.
- 이은호. 2019. 출판산업에서 구독 서비스 성장 방안에 대한 연구. 『한국전자출판연구』, 12: 33-44.
- 이해진. 2015. 한국의 사회적 경제 - 제도화의 정치과정과 지역화 전략 -. 『지역사회학』, 16: 135-180.
- 장기영. 2011. 『책의 미래』. 서울: 푸른영토.

- 장은수. 2016. 『출판의 미래』. 서울: 오르트.
- 장종익. 2014. 『협동조합 비즈니스 전략』. 서울: 동하.
- 전용식. 2015. 주요국 사회적 기업의 실패사례와 시사점. KERI Insight, 15-28: 1-24.
- 장용호, 공병훈. 2012. 국내 전자책 플랫폼의 부상 과정과 유형에 관한 연구. 『한국출판학연구』, 38: 105-145.
- 전인수. 2019. 『개념설계의 시대』. 서울: 살림출판사.
- 정중호. 2012. 도서관의 변화가 가져온 것들 - 도서관 전자책 서비스의 현황과 이슈. 『기획회의』, 330: 37-41.
- 정준민. 2018. 출판 플랫폼으로서의 도서관 - 독립출판을 통해 바라본 출판과 도서관의 상생 -. 『한국도서관정보학회지』, 49: 21-51.
- 정진근, 김형각. 2010. 저작권법상 도서관에서의 공정이용에 관한 연구. 『창작과 권리』, 59: 146-182.
- 정형선. 2012. B2B 정책, 무엇이 문제인가 - 쟁점과 현안, 문제점과 해결방안을 중심으로. 『기획회의』, 330 : 32-36.
- 최정은, 김면. 2019. 디지털시대의 문화예술콘텐츠 플랫폼에 관한 연구 - 구글 아트앤컬처를 중심으로 -. 『기초조형학연구』, 20: 433-446.
- 최종수. 2010. 피할 수 없는 미래. 『기획회의』, 281 : 112-119.
- 최창욱, 조영진, 강관상. 2013. 플랫폼의 경제 - 비즈니스를 넘어 사회전반으로 확산 -. 『이슈&진단』, 103: 1-25.
- 함창모. 2016. 공유경제의 이해와 대응. 『충북 Issue & Trend』, 24: 7-11.
- Kelly, Michael. 2014. "Check it Out With Michael Kelley: E-books for Arizona Libraries." *Publishers' Weekly*, 261, 22: 20-21.
- Pecoskie, Jen L. and Hill, Heather. 2015. "Beyond traditional publishing models." *J. of Documentation*, 71, 3 : 609-626.

<언론 및 인터넷 자원>

- 김광희. 2019. 독서 열풍 이끄는 '전자책 구독 경제' 『전자신문』 2019.9.17.
<<http://m.etnews.com/20190916000117?obj=Tzo4OiJzdGRDbGFzcyI6MjMj7czo3OiJyZWZlcmVyIjtOO3M6NzoiZm9yd2FyZCI7czoxMzoid2ViIHRvIG1vYmlsZSI7fQ%3D%3D>> [인용 2019. 9. 17].
- 김수경. 2019. 밀리의서재 독서를 재정의 하다 - 책 읽기보다 체험하는 시대. Brand Brief 2019.10.7. <<http://www.brandbrief.co.kr/news/articleView.html?idxno=2438>> [인용 2019. 10. 8].

- 김연하. 2019. 종이책도 정기구독하세요 - 밀리의 서재. 『서울신문』 2019.10.1.
<https://m.sedaily.com/NewsView/1VPCP7UN1Y#_enliple> [인용 2019. 10. 1].
- 김주엽. 2018. '독립출판 작가 되기 프로젝트' 진행 율목도서관 김태경 관장. 『경인일보』 2018. 11.16. <<http://www.kyeongin.com/main/view.php?key=20181115010005171>> [인용 2019. 3. 12].
- 남혜현. 2019. 성장 느린 전자책 시장, 리더북스는 무슨 생각을 하고 있을까. ByLine Network 2019.3.27. <<https://byline.network/2019/03/27-43/>> [인용 2019. 9. 17].
- 온라인행정학전자사전 <http://www.kapa21.or.kr/epadic/epadic_list.php?term_word> => [‘사회정의’ by 김향규, 2008] [인용 2019. 11. 11].
- 주일우. 2017. 콘텐츠를 담는 게 출판이다. 『중앙선데이』 2017.7.30.
<<https://news.joins.com/article/21801268>> [인용 2019. 7. 31].
- 지유리. 2019. 대한출판문화협회, 전자출판 세미나 개최. 넷플렉스의 대두로 제기된 숙제 ‘구독경제’ 출판계는 어떻게 풀어나가야 할까? 『뉴스페이퍼』 2019.5.13.
<<http://www.news-paper.co.kr/news/articleView.html?idxno=46951>> [인용 2019. 5. 13].
- 최효석. 2019. 아마존의 비즈니스 모델을 이해하는 세가지 관점. 『브런치』 2016.6.6. 작성, 2019.5. 개정 <<https://brunch.co.kr/@choihs0228/29>> [인용 2019. 9. 17].
- 황경상 2017. 전자도서관 - 나의 전자책 사용기(5). 『브런치』 2017.3.12. 작성
<<https://brunch.co.kr/@hj1003/112>> [인용 2019. 10. 31].
- Volpi, Mike. 2019. This Man Created The Subscription Economy. IndexVentures 2019. 4.22. <<https://www.indexventures.com/perspectives/this-man-created-the-subscription-economy/>> [cited 2019. 5. 17].

국한문 참고문헌의 영문 표기

(English translation / Romanization of reference originally written in Korean)

- Baek, Ji-Won. 2014. "E-Book Lending Service in Public Libraries: Issues and Possible Countermeasures." *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 48: 113-135.
- Chang, Eun-Soo. 2016. *The Future of Publishing*. Seoul: Ortte.
- Chang, Jong Ik. 2014. *The Strategy of Cooperative Business*. Seoul: Dong-Ha.
- Chang, Ki Young. 2011. *The Future of Books*. Seoul: Blue Territory.
- Chang, Yong Ho & Byoung Hun Kong. 2012. "The emerging process and ensuing typology of e-book platform in Korea publishing industry : The case study on

- Kyobo eBook, Barobook, Bookcube, Ridibooks.” *Korean Publishing Studies*, 38: 105–145.
- Choi, Chang Ok, Young–Jin & Pansang Kang. 2013. “Platform Economy – Spreading beyond Business –.” *Issue & Analysis*, 103: 1–25.
- Choi, Jong Soo. 2010. “Unavoidable Future.” *Gihoeghoeyi*, 281: 112–119.
- Choi, Joung Eun & Myoun Kim. 2019. “A Study on the Platform of Arts and Cultural Contents in the Digital Era – focused on Google Arts & Culture –.” *Korea Society of Basic Design & Art*, 20: 433–446.
- Chon, In Soo. 2019. *Conceptual Design Era*. Seoul: Sallim Publishing.
- Chung, Hyoung Sun. 2012. “B2B Policies, What’s the Issue – Pending Issues, Problems and Solutions.” *Gihoeghoeyi*, 330: 32–36.
- Chung, Jong Ho. 2012. “Digital Book Services in Libraries : Its Presentation and Issues.” *Gihoeghoeyi*, 330: 37–41.
- Chung, Jun Min. 2018. “A Library As a Publishing Platform – on collaborative relationship between libraries and publishers –.” *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 49: 21–51.
- Gu, Mo–ni–ka & Jae–Sang Yu. 2010. “A Study on Korean E–publishing Platform Establishment.” *Korean Publishing Studies*, 59: 5–31.
- Ham, Chang Mo. 2016. “Understanding and Responding to a Shared Economy” *Chung Buk Issue & Trend*, 24: 7–11.
- Jeon, Yongsik. 2015. “Research on Some Social Enterprises : Their Failure and Suggestion.” *KERI Insight*, 15–28: 1–24.
- Jeong, Jin–Keun & Hyeong Gark Kim. 2010. “A Study about fair dealing clauses for library in Copyright Law in U.S. and Korea.” *Creation & Rights*, 59 : 146–182.
- Kang, Hwa Myung & Naejun Lee. 2018. “An Understanding of Social Co–Operatives in Unification Thought.” *Peace & Religions*, 5: 121–146.
- Kang, Hwa Myung. 2018. “A Study on the Economic Movement of Cooperatives from the Perspective of the Principle of the Mutual Existence.” *Research of Unification Thought*, 14: 23–51.
- Kim, Hyun. 2010. “Cultural Contents, Information Technology Platform & Humanities.” *The Journal of Philosophical Ideas*, 90: 63–88.
- Kim, Hyundae, Jong Ran Ha & Jong Seok Cha. 2016. *Cooperative, It’s Really Good*. Seoul: GreenKnowledge.
- Kim, Shin Yang. 2011. “Development & Perspectives of the Social Enterprises.” *Food*,

- Agricultural & Rural Policy*, 37: 17-66.
- Kim, Young-Bin. 2015. "Social Cooperative Society [glossary]". *Planning & Policy* 2015. 11: 47.
- Kwag, Seung Jin. 2012. *Study of the Legislation on the Legal Deposit of the Digital Resources online*. Seoul : Report of the National Library of Korea.
- Lee, Eun Ho. 2019. "A Study on the Growth of Subscription Service in Publishing Industry." *Korea Digital Publishing Study*, 12: 33-44.
- Lee, Eun-Kook. 2004. "A Study on Publishers digital management Strategies Model." *Korean Publishing Studies*, 47: 155-195.
- Lee, Hae-Jin. 2015. "The Social Economy in Korea: Political Process of the Institutionalization and Strategies for Localization." *Local Sociology*, 16: 135-180.
- Lee, Mun-Hag. 2013. "A study of cooperation research for the coexistence of the library trade and publishing trade" *Korean Publishing Research* 39, 2: 105-137.
- Park, Kun Yun & Moon Hee Choi. 2018. "A Study on the Type of Successful Operation of Culture and Art Cooperative." *2018 International Brand Design Forum*, 30-32.
- Soh, ByungHee. 2015. "Trends in e-book Publication and Support-Policies." *The Journal of Cultural Policy*, 29: 262-285.
- Song, Shi-Hyeong. 2017. "Developing Alternative Media through Combining Cultural Content Industry and Cooperatives: Focusing on a Media Cooperative Kookmin TV." *Korean Journal of Converging Humanities*, 5(3): 31-54.

<References from press and web sites>

- Choi, Hyo Seok. 2019. "Three Points for Understanding Amazon's Business." *Brunch* 2019.5. <<https://brunch.co.kr/@choihs0228/29>> [cited 2019. 9. 17].
- Hwang, Kyung Sang 2017. "Digital Library - My E-Book Experiences(5)." *Brunch* 2017.3.12. <<https://brunch.co.kr/@hj1003/112>> [cited 2019. 10. 31].
- Ji, Yuri. 2019. "Korea Publishing Culture Association held an electronic publishing seminar. How can we solve the 'subscription economy' and the publishing world that have been raised by Netflix?" *Newspaper* 2019.5.13. <<http://www.newspaper.co.kr/news/articleView.html?idxno=46951>> [cited 2019. 5. 13].
- Ju, Il Woo. 2017. "Publishing content is publishing." *Central Sunday* 2017.7.30. <<https://news.joins.com/article/21801268>> [cited 2019. 7. 31].

- Kim, Ju Yup. 2018. "Becoming an Independent Publishing Writer' Project, Yul Mok Library." *Kyoung-In Ilbo* 2018.11.16. <<http://www.kyeongin.com/main/view.php?key=20181115010005171>> [cited 2019. 3. 12].
- Kim, Kwang Hee. 2019. "e-book subscription economy' led by reading craze." *Tech Report* 2019.9.17. <<http://m.etnews.com/20190916000117?obj=Tzo4OiJzdGRDbGFzcyI6Mjp7czo3OiJyZWZlcmVyIjtOO3M6NzoiZm9yd2FyZCI7czozMzoid2ViIHRvIG1vYmlsZSI7fQ%3D%3D>> [cited 2019. 9. 17].
- Kim, Soo Kyoung. 2019. "Millie's Study Redefines Reading ... 'Era of Books, Experiences Than Reading'." *Brand Brief* 2019.10.7. <<http://www.brandbrief.co.kr/news/articleView.html?idxno=2438>> [cited 2019. 10. 8].
- Kim, Yon Ha. 2019. "Subscribe to Paper Books' Milli's Library Begins Industry's First Paper Book Subscription Service." *Seoul Newspaper* 2019.10.1. <https://m.sedaily.com/NewsVlew/1VPCP7UN1Y#_enliple> [cited 2019. 10. 1].
- Nam, Hye Ryun. 2019. "What is Lydibooks thinking about the slow e-book market?" *ByLine Network* 2019.3.27. <<https://byline.network/2019/03/27-43/>> [cited 2019. 9. 17].