

## “효율적인 DB구축과 양질의 콘텐츠 확보가 관건”

출판계 인사들이 말하는 인터넷 사업의 현재와 미래...  
개인형 맞춤형 서비스 형태로 발전해 나갈 듯

박현찬 | 웅진닷컴 인터넷사업본부장 · 사회

신상철 | 아이야닷컴 부장

임인철 | 에스엠닷컴 이사

사업환경이 인터넷을 중심으로 재편되면서 출판계에도 변신의 바람이 불고 있다. 이 가운데 주목할 만한 것은 출판사들이 잇달아 인터넷 사업에 뛰어들고 있는 현상이다. 대체로 교육과 여성관련 콘텐츠를 확보한 대형출판사들이 브랜드 이미지와 대자본을 토대로 사업을 시작하고 있는데, 아직 초기단계라 전망은 불확실한 상황이다. 이에 인터넷 사업에 참여한 출판사들의 담당자들을 한자리에 모시고, 인터넷 사업의 오늘을 점검하고 내일을 전망하는 자리를 마련했다.

**박현찬** —— 지난해 말부터 출판사들이 인터넷 사업에 본격적으로 진출하고 있습니다. 이같은 현상은 출판사들이 환경변화에 적극적으로 대응하고 있다는 사실을 뜻합니다. 그러면 먼저 출판사들이 인터넷 사업에 뛰어들 배경과 사업 현황에 대해 점검해 보도록 하지요.

### 출판계의 인터넷 사업 진출은 시대적 요청

**신상철** —— 인터넷 사업에서 콘텐츠의 중요성이 점점 커지고 있습니다. 인터넷 사업의 초기는 시스템 구축을 위해 기술력과 회원 확보같은 몸집 부풀리기에 바빴습니다. 그러나 이제는 수익의 근간인 콘텐츠가 중요해졌습니다. 아이야닷컴 역시 이런 상황에서 기술과 회원 인프라를 갖춘 회사와 콘텐츠를 보유한 출판사가 제휴하게 됐습니다.

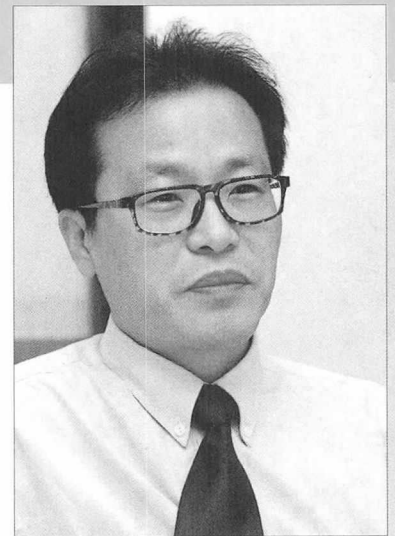
**임인철** —— 인터넷 기술은 사업 초기에 커뮤니티를 만들어서 인프라를 구축하는데 크게 기여했습니다만, 이제는 인터넷에서 실질적으로 얻을 수 있는 정보가 중요합니다. 출판사가 본격적으로 발벗고 나설 시점이 된 것이지요. 콘텐츠

의 중요성은 최근 온라인 기업이 오프라인 출판을 시작한 현상에서도 확인할 수 있습니다.

**박현찬** —— 앞으로 인터넷은 물이나 공기처럼 자연스런 환경이 될 것입니다. 출판사들이 콘텐츠를 만들 수 있는 인프라를 구축하고 인터넷 환경에 적응해야 하는 것은 당연한 추세입니다.

현재까지는 대형 종합출판사를 중심으로 인터넷 환경에 맞춰 변화하려는 움직임을 보이고 있습니다. 중소 출판사들은 아직 엄두를 내지 못하고 있지요. 출판사들의 인터넷 사업에서 두드러지는 특징은 교육물과 학습물이 중심을 이루고 있다는 점입니다. 높은 교육열과 입시제도 때문에 분석할 수 있습니다. 그리고 다른 콘텐츠보다 교육과 학습이 온라인에 접근하기 쉽고, 지식기반사회 자체가 교육시장을 확대하고 있기 때문으로도 볼 수 있습니다.

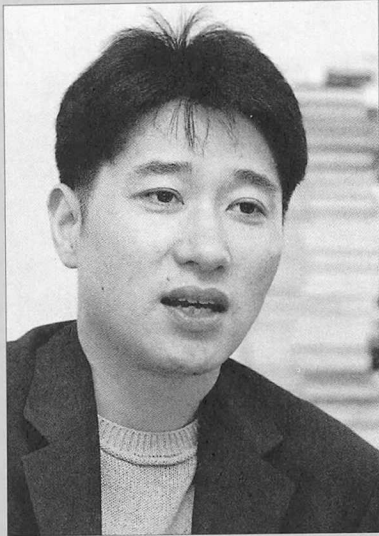
**임인철** —— 사실 출판사들은 자본동원력이 약하기 때문에 투자에 소극적일 수밖에 없습니다. 그래서 에스엠닷컴은 서울문화사의 독립법인으로 참여하는 방식을 택했습니다. 출판사는 투자대비수익을 빨리 회수해야 하기 때문에 범



임인철

**“출판계의 인터넷 사업이 경쟁력을 갖추려면 개인형 맞춤형 서비스와 콘텐츠의 질 향상이 반드시 이뤄져야 합니다. 아울러 인터넷은 개인화를 심화시킬 우려가 있어, 인터넷 문화가 정비될 필요가 있습니다.”**

“인터넷 사업의 시장성은  
충분합니다. 이미 보유하고  
있는 콘텐츠를 재구성해서  
사용할 수 있는 여지가 많기  
때문이지요. 포털 사이트,  
인터넷 유통, 웹진 등  
방법만 선택하면 됩니다.  
다만, 인터넷에 적합하게  
잘 '가공' 해야 한다는 게  
전제조건이지요.”



신상철



박현찬

“인터넷 사업의 경쟁력은  
출판물 자체의 기획과  
고객만족에 달려 있습니다.  
즉, 콘텐츠 자체의 충실한  
기획과 매체의 성격에  
따른 표현방식을  
고민해야 합니다.  
이를 위해서는 노하우의  
축적과 전문인력이  
필요하지요.”

인회사를 설립해 출판사의 콘텐츠를 구매한 것이지요. 그리고 점진적으로  
출판사가 인터넷 환경에 적응할 수 있는 인프라를 갖추도록 노력하고 있습  
니다.

**박현찬** —— 웅진닷컴은 웅진출판사가 인터넷 기업으로 전환한 경우입  
니다. 웅진닷컴의 경우, 출판물 기반으로 하지만 이전에 계열사들이 해오던  
생활문화 관련 비즈니스를 아우르는 종합적인 서비스를 준비하고 있습니  
다. 자체적으로 혹은 제휴를 통해 콘텐츠 제공 이외의 서비스를 준비하는  
출판사도 있는 것으로 알고 있습니다. 그럼 이제 인터넷 사업의 시장성을  
구체적으로 검토해 보도록 하지요.

#### 정보유통의 기반은 형성돼

**신상철** —— 저는 인터넷 사업의 시장성이 충분히 있다고 봅니다. 이미  
보유하고 있는 콘텐츠를 재구성해서 사용할 수 있는 여지가 많기 때문이지  
요. 어차피 인터넷은 계속 확산될 것이고, 포털 사이트, 인터넷 유통, 웹진  
등 방법만 선택하면 됩니다. 다만, 인터넷에 적합하게 잘 '가공' 해야 한  
다는 게 전제조건이지요.

**박현찬** —— 잠재적 가능성은 크지만, 당장 수익을 내기는 어렵습니다.  
수익성에 관해서는 정보의 유통화와 관련해서 논의해야 하는데, 저는 시  
기의 문제라고 봅니다. 2년 전만 해도 그 누구도 인터넷 정보의 유통화  
에 대해 생각하지 못했습니다. 그것은 인터넷 사업이 기술 중심으로 전개되면서  
기존의 콘텐츠를 무작위로 제공하던 관행에서 비롯합니다. 그러나 콘텐츠  
의 중요성이 부각되면서 정보유통의 기반은 형성됐다고 봅니다.

**임인철** —— 초기단계에서 인터넷을 확산시키기 위해 정보를 무료로  
제공했는데, 그 기간이 너무 길었다는 점입니다. 더욱이 정보의 질이 낮아  
유통화에 대한 인식을 싹틔울 여지가 별로 없었어요. 유통화를 하려면 그  
만큼 양질의 콘텐츠를 제공해야 합니다. 그리고 IP사업자들의 유통화 움  
직임, 이미 유통화를 시작한 만화, 온라인 상의 저작권 문제 등이 인터넷 정보  
의 유통화를 촉진하리라 생각합니다.

**신상철** —— 인터넷 사업환경이 갖춰지면서 고객의 권리가 가장 중요  
한 요소로 떠올랐습니다. 유료화 성공의 관건은 어떻게 고객을 만족시킬  
것인가에 달려 있습니다. 또한 고속통신망이 일반화되기 전까지는 전화료  
가 걸림돌입니다. 정보제공자가 서비스료를 낮게 책정하더라도 고객의 부  
담은 크기 때문에 경쟁력이 없습니다.

**박현찬** —— 정보 제공 이외에도 콘텐츠를 활용해 전자상거래를 끌  
어내는 방법도 유용하지요.

**임인철** —— PCS 회사들은 소비자들이 자신의 네트워크를 이용하도록  
유도하기 위해서 단말기를 무료로 제공합니다. 이런 회사들을 통해 콘텐  
트를 제공하는 방법도 생각할 수 있습니다. IMT 2000같은 서비스와 인터넷  
TV는 이와 관련해 좋은 수단이 될 수 있습니다. 정보이용료를 소비자가  
아닌 통신회사에서 받는 것이지요. 그런데 이 방법은 잠깐같은 보도물 형  
태에는 유용한데, 순수 단행본 출판물에는 적용하기 어렵다는 한계가 있  
습니다.

**신상철** —— 대부분의 단행본 출판사들이 전자책을 준비하고 있습  
니다. 전자책의 경우, 단말기 보급과 솔루션의 표준화가 관건입니다. 전자책  
도 장기적으로 바라보고 준비해야 할 사업입니다.

**임인철** —— 문제는 PCS·노트북·전자책단말기·IMT 2000 등 개  
인이 사용할 단말기가 아직 통합되지 않았다는 겁니다. 특히 전자책은 표  
준화 문제를 비롯한 몇가지 이유로 아직 시장이 불확실합니다.

#### 효율적인 데이터베이스 구축 선행돼야

**박현찬** —— 중요한 것은 인터넷 사업의 걸림돌을 정확하게 짚어내  
고 해결하는 것입니다. 두분께서 지금까지 인터넷 사업을 진행해 오시면서 겪  
은 어려운 점과 그 대안에 대해 말씀해 주시지요.

**신상철** —— 가지고 있는 콘텐츠를 어떻게 빠른 시간에 인터넷에 맞는  
정보로 전환시킬 것인가가 중요합니다. 아직도 인터넷 사업을 구축하는 데  
드는 비용의 대다수가 콘텐츠의 재가공에 투입되고 있습니다. 전자책도 하

드웨어나 단말기의 표준모델, 기본적인 편집 가이드라인 등이 필요하구요. 이는 거의 모든 출판사들이 공통적으로 안고 있는 문제입니다.

**임인철** —— 근본적으로 보면 출판사가 데이터베이스를 얼마나 합리적으로 구축하느냐에 디지털 출판 사업의 성공여부가 달려 있습니다. 다시 말하면, 원소스 멀티 유즈(One Source Multiuse)할 수 있도록 자료의 생산방식과 생산과정 자체를 바꿔야 합니다. 경제성에서 뒤떨어지지 않으려면 제공할 서비스에 효율적인 데이터베이스와 포맷을 선정하고, 이에 맞춰 자료의 생산부터 저장까지 관리해야 합니다. 이를 위해서는 출판사 자료실을 디지털 자료실로 구축해야 할 것입니다.

**신상철** —— 동감입니다. 지금 벤처기업 직원들이 매일 밤샘하는 이유중 하나는 콘텐츠를 서비스에 업로드(upload)하는 일 때문입니다. 우리 회사는 이 부분을 자동화했습니다. 사용할 모델을 선정하고, 매체와 콘텐츠의 성격에 따라 이 모델에 필요한 사진의 질이나 사이즈 등을 변환하는 것을 자동화한 것이지요. 다른 출판사들도 데이터베이스 구성과 그에 맞는 기준포맷을 만들어야 합니다. 그러면 콘텐츠 재구성비를 현재의 20% 수준으로 낮추고 시간도 절약할 수 있습니다.

**박현찬** —— 인터넷 사업의 경쟁력은 출판물 자체의 기획과 고객만족에 달려 있습니다. 즉, 콘텐츠 자체의 충실한 기획과 매체의 성격에 따른 표현방식을 고민해야 합니다. 매체성격을 정확하게 이해하고, 이에 적절한 서비스를 제공하려면 노하우의 축적과 전문인력이 필요하지요. 경

험과 노하우가 쌓인 인력을 육성하는 것도 과제 중 하나입니다.

**임인철** —— 인력난이 정말 심각합니다. 인터넷은 미디어 믹스의 성격을 띠기 때문에, 콘텐츠뿐 아니라 인터넷·방송·잡지에 대한 개념을 두루 이해하고, 이를 기반으로 콘텐츠를 기획할 수 있는 사람이 필요합니다. 즉, 아날로그 영역과 디지털 영역의 다리 역할을 할 사람이 필요한데, 이런 인력이 절대 부족한 상황입니다. 지금은 개인적인 관심으로 기술을 익혀온 사람들이 담당하고 있지만, 체계적으로 교육받은 인력이 필요합니다.

**박현찬** —— 조직적이고 체계적인 인력양성은 정말 중요한 문제입니다. 사회 전체 혹은 출판계 전체의 의견 수렴을 거쳐 인력풀을 마련하기 위한 제도적인 장치가 있어야 합니다. 아울러 인터넷 출판의 국가경쟁력을 강화하기 위해 국가적인 조치가 마련됐으면 합니다.

**임인철** —— 현실적으로 정부의 조치를 기대하기는 어렵습니다. 오히려 출판사들이 정보풀을 만들어, 정보공유도 하고 필요에 따라 공동대책도 마련했으면 좋겠습니다. 출판사들이 각자의 사업에 바쁘지만, 서로 협력할 때 출판계의 인터넷 사업이 발전할 수 있을 겁니다.

#### 출판산업의 문화적 특성은 유지해야

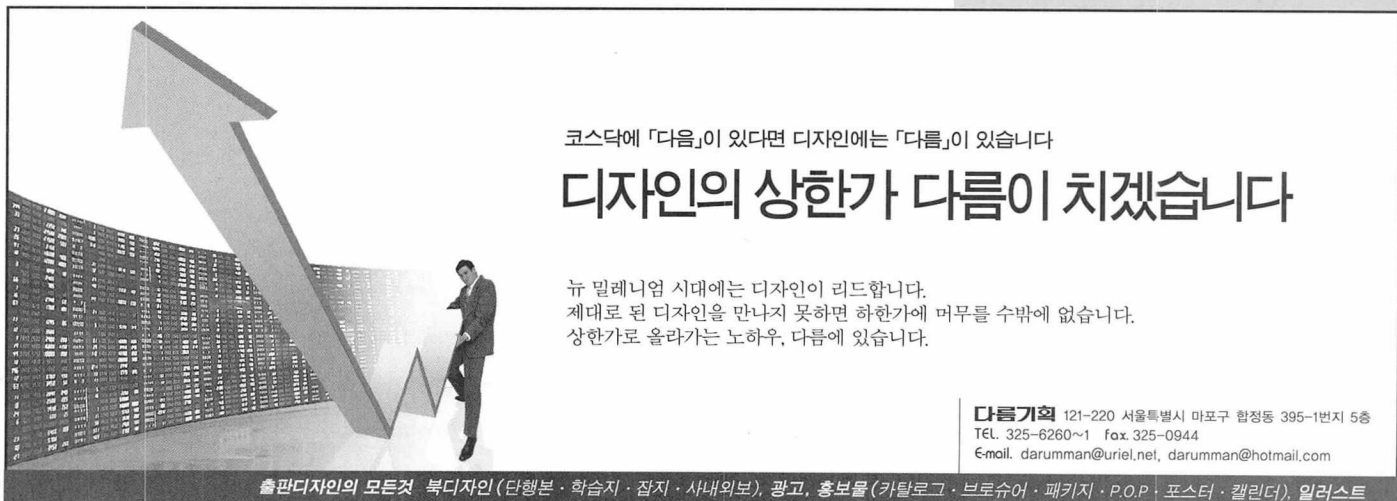
**박현찬** —— 지금까지 출판계의 인터넷 사업 발전을 위해 해결해야 할 과제들에 대해 논의해 봤습니다. 인터넷 사업을 전개하기 위해 반드시 전제돼야 할 기본적인 자세와 태도를 점검한 시간이었다고 생각합니다. 마지막으로 출판계에

제안할 점이 있으면 말씀해 주십시오.

**신상철** —— 앞으로 인터넷 사업은 사용자들이 원하는 맞춤형 형태의 콘텐츠를 제공하는 방향으로 나갈 겁니다. 지금부터 이에 대비해야 합니다. 또한 인터넷 사이트는 리치마켓, 포털, 허브 등 다양하지만 궁극적으로 패밀리 포털사이트로 집중될 겁니다. 의식주 등 인간의 본질적인 행위는 가정에서 이뤄지기 때문에 인터넷의 미래 역시 패밀리 포털사이트에서 학습과 엔터테인먼트 등 모든 것이 이뤄질 거라고 봅니다.

**임인철** —— 출판계의 인터넷 사업이 경쟁력을 높이려면 개인형 맞춤정보를 서비스하고, 콘텐츠의 질을 높여야 합니다. 아울러 인터넷은 개인화를 심화시킬 우려가 있어, 인터넷 문화가 정비될 필요가 있습니다. 콘텐츠 제공업자들이 합리적인 도덕 기준을 마련해 유용한 콘텐츠를 만들었으면 합니다.

**박현찬** —— 동감입니다. 인터넷 환경에서 출판을 하더라도 전통적인 출판이 지향해왔던 문화·정신산업의 특성은 계속 유지됐으면 합니다. 물질적인 것이 발전할수록 정신적인 것의 필요성도 커지게 마련입니다. 인터넷 환경이 일상화되면서 정신적인 부분을 추구하고 만족시킬 수 있는 분야로 새삼 주목받고 있는 것이 출판입니다. 출판이 현대인들의 정신적인 부분을 한차원 끌어올리는 역할을 한다면, 출판산업은 그 고유 가치를 유지하면서 발전할 수 있으리라 생각합니다. 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·사내외보), 광고, 홍보물(카탈로그·브로슈어·패키지·P.O.P·포스터·캘린더), 일러스트