

인터넷, 출판의 판도 뒤바꿀 '태풍의 눈'

인터넷 혁명이 바뀌놓을 출판의 미래상 ...
새로운 디지털 출판시장의 출현 가능성 높아

백옥인 | 서울산업대 인문학과 교수

인터넷 혁명이 출판산업의 근본적인 변화를 예고하고 있다. 이미 인터넷을 활용한 전자상거래가 책의 유통방식을 바꿔 놓았다. 그러나 이 변화는 시작에 불과하다. 인터넷을 이용한 온라인 출판이 활성화되면 책 만드는 방식 자체에 변화가 일어날 것이다. 그 결과 가까운 미래에 거대한 디지털 콘텐츠 독점기업과 무수한 개인저작자들로 이뤄진 새로운 디지털 출판시장이 출현할 가능성이 높아지고 있다.

인터넷 혁명은 출판을 어떻게 바꿔 놓을까? 컴퓨터와 통신의 결합은 글을 쓰는 방식, 책을 만드는 방식, 책을 팔고사는 방식을 바꾸고 있다. 이미 1980년대에 데스크탑 출판이 보급되면서 책을 찍어내는 방식은 크게 달라지기 시작했다. 1980년대 후반에서 1990년대 중반까지는 데스크탑 출판(DTP)의 시대였다. 1980년대 말부터 시작된 데스크탑 출판의 확산은 저자의 원고를 곧바로 받아서 편집·출판할 수 있기 때문에 출판에 필요한 시간을 단축시키고 다품종 소량생산을 가능하게 하는 토대가 됐다.

인터넷은 이보다 훨씬 근본적인 변화를 몰고 오는 '태풍의 눈'이다. 2000년대는 인터넷을 축으로 하는 온라인 출판 시대가 될 것이다. 이미 인터넷을 활용한 전자상거래가 책의 유통에 많은 변화를 몰고 왔지만, 앞으로 인터넷을 이용한 온라인 출판이 활성화되면 책 만드는 방식은 그야말로 근본적인 변혁을 맞이할 것이다.

인터넷의 활용으로 가장 먼저 변화가 일어난 곳은 출판 유통 분야다. 인터넷 전자상거래의 신기원을 연 '아마존'은 출판물 유통에 커다란 변화를 가져왔다. 대량생산과 대량소비의 가교로 등장했던 거대 유통업체(도매상)와 대형서점의 지배력은 당분간 지속되겠지만, 중간 유통상의 영역은 전자상거래의 활성화로 상당 부분 인터넷 유통에 잠식당할 것이다. 더 나아가 독자와 저자를 매개하는 출판사의 위치도 많이 변화될 수밖에 없다. 결국에는 저자와 독자의 직거래가 이뤄질 것이기 때문이다. 물론 여러 가지 새로운 형태의 문화가 만들어지고 여러 가지 틈새가 존재하기 때문에 일률적으로 전망하기는 매우 힘들지만, 이런 중간 배

제의 추세는 돌이킬 수 없는 디지털 혁명의 방향이 될 것이다.

출판의 디지털화는 아주 급작스럽게 이뤄질지도 모른다. 출판 방식의 변화는 사실상 유통업자-출판사-저자-독자간의 관계를 뒤엎는다. 디지털 출판이란 내용을 디지털로 저장해 이를 네트워크로 전달하는 방식을 말한다. 인터넷 혁명에 따른 출판의 변화를 유통·출판사·저작자의 순으로 살펴보자.

혁신적인 변화 일으킨 유통분야

한국의 출판산업에서 가장 큰 문제로 지적되던 것이 도서유통 부분이다. 출판사-도매상-소매서점-소비자의 복잡한 유통단계는 출판사나 독자 모두에게 비용증가로 돌아왔다. 인터넷 혁명은 무엇보다도 먼저 기존의 유통구조에 가장 큰 변화를 몰고 온다. 인터넷 사업의 총아로 떠오른 아마존은 소비자에게 정보를 제공해 이들이 직접 책을 선택하게 만들었다. 중간 유통단계를 생략하니 책값이 싸질 수밖에 없었고, 이는 독자와 출판사 양쪽 모두에게 이익을 가져다 줬다. 이런 방식은 종이책과 디지털 정보가 결합된 과도기적 형태를 잘 보여준다.

앞으로 디지털 혁명이 더욱 진행될 경우 출판사들은 자신들이 보유한 콘텐츠를 직접 온라인으로 판매하게 될 것이다. 이미 디지털 콘텐츠를 읽을 수 있는 디지털책이 시판되고 있다. 앞으로 디지털 콘텐츠는 네트워크를 통해 온라인으로 공급될 것이다. 종이책이 아니라 디지털 콘텐츠가 네트워크에서 곧바로 오고가는 단계가 되면 출판사가 직접 독자에게 내용을 전달하게 될 것이다. 이 과정에서 어쩌면 많은 중소 출판사들이 퇴출되고 거대 디



인터넷 혁명은 결과적으로 독자와 저자의 직접적인 만남과 쌍방향 의사소통을 가능하게 할 것이다.
사진은 일본의 샤프사가 개발, 시판에 들어간 전자책.

디지털 출판사가 디지털 저작권을 보유해 콘텐츠를 독점할지도 모른다. 그러나 그것은 이미 출판사라기보다는 디지털 저작권 회사라 불러야 할 것이다. 이와 함께 수많은 개인 저작자들이 직접 독자와 만나게 될 것이다. 그래서 거대한 디지털 콘텐츠 독점기업과 무수한 개인 저작자들로 이뤄진 새로운 디지털 출판시장이 생겨날지도 모른다.

개인 디지털 출판사와 다양한 저작집단의 출현

그동안 출판사는 저자와 독자를 매개하고 손으로 쓴 글을 책으로 만드는 역할을 해왔다. 곧 무엇을 펴낼 것인가를 결정하는 기획력, 그것을 책으로 만드는 실행력, 그리고 최종적으로 어떤 모습으로 그것을 만들 것인가에 대한 편집과 디자인 등 여러 요소가 결합돼 하나의 책을 만들었다. 그러나 디지털 글쓰기, 특히 웹을 이용한 글쓰기에서는 출판사가 맡았던 이런 영역의 상당 부분이 저작자에게로 돌아간다. 저작자 스스로 무엇을 누구에게 어떤 방식으로 전달할 것인가를 결정하고 이를 스스로 수행하게 되면 종래의 출판사가 저자와 독자 사이를 매개하던 기능은 상당히 줄어들다.

인터넷 사용이 일반화되면 개인 스스로 직접 독자와 만나면서 새로운 형식의 저작물을 실험할 수 있게 될 것이다. 이것은 곧 개인 디지털 출판사의 탄생을 의미한다. 자기의 생각과 의사를 웹에 띄우면 그 자체가 출판사가 되는 것이다. 그러나 당장에 웹이 종이책을 대체하지는 못할 것이다. 웹과 종이책은 서로 꼬리에 꼬리를 물고 돌아갈 것이다. 종이책의 내용이 디지털로 바뀌어 웹에 실리거나, 웹에 먼저 실린 내용들이 종이책으로 출간되는 방식이 과도기적으로 이뤄질 것이다. 이제까지 저작물 출판은 출판사 없이는 생각할 수 없었고 출판사는 독자와 저자를 이어주는 문화의 중요한 부분이었다. 그러나 앞

으로 이들이 누렸던 매개적 역할은 많이 줄어들 것이다.

디지털 사회가 본격화되면 저자의 폭이 확대될 것이다. 글을 쓰는 지식인을 의미하는 '리터라티'(literati)는 인문학의 교양을 갖춘 지식인이었다. 그러나 디지털 시대에는 자신이 전달하려는 내용과 욕구만 갖춘다면 누구나 저자가 될 수 있다. 물론 글쓰는 방식도 변화한다. 디지털 글쓰기에 익숙한 세대가 '디지털 문맹'을 대체하게 될 것이다. 디지털 문맹은 웹을 읽거나 활용하지 못하는 것을 의미한다. 디지털 사회가 본격화되면 새로운 문맹이 생겨날 것이고 새로운 디지털 저작자들이 활개치게 된다.

그럼 누가 새로운 디지털 시대의 지식인·저작자로 떠오를까? 저자는 이제 단순히 문필인이라 전문 직업인에 제한되지 않을 것이다. 누구나 자신의 콘텐츠를 네트워크를 통해 쉽게 전달할 수 있게 되면 이런 저작물 자체가 기존의 종이책이 하던 역할과는 사뭇 다른 영역을 만들어낼 것이다. 이와 관련해 저작권의 문제도 달라진다. 커뮤니케이션의 결과를 네트워크 상에 올려놓으면 그것의 저작권은 과연 누구에게 있는가? 무단 전제나 그것을 활용해 돈을 벌지 않는 한 그런 저작물은 모든 사람에게 열려 있어야 할 것이다.

저작자의 권한 강화될 듯

인터넷을 활용한 온라인 출판이 이뤄지더라도 디지털책이 종이책을 완전히 대체하지는 못할 것이다. 과도기적으로 어떤 부분은 종이책이 여전히 강세를 보일 것이고, 특정한 분야의 경우에는 디지털책이 종이책을 대체하는 일이 일어날 것이다. 그런가 하면 종이책과 디지털책간의 순환과 위치 바꾸기 같은 일도 벌어질 것이다. 지금도 사이버 스페이스의 콘텐츠를 재가공해 종이책으로 발간하거나 종이책의 내용이 디지털화돼 사이버 스페이스에 실리는 것을 흔히 볼 수 있다. 이런 과도기 상태가 당분간 지속될 것이다.

결론적으로 인터넷 혁명은 출판의 영역을 확대한다. 그러나 출판의 영역 확대가 출판사나 서점, 도매상의 영역 확대를 의미하는 것은 아니다. 인터넷의 활성화를 통해 독자와 저자간의 직접 만남과 쌍방향적 의사소통이 활성화될 경우 종이책의 출판과 유통을 담당하던 출판사·도매상·서점의 위상은 축소될지도 모른다. 인터넷 혁명에 따른 출판의 영역 확대는 다른 어떤 곳보다도 저작자의 영역이 넓어짐을 의미한다. 물론, 이런 저작자의 권한 강화도 새로운 독점의 출현 때문에 한 여름밤의 꿈으로 귀결되지도 모른다.●