

“novel21에서 ebook21로, 기지개 켜는 전자책 회사 만들겠습니다”

전자책 서비스 및 웹페이지 제작 대행 업체 (주)조은커뮤니티를 이끌고 있는 이현경(38) 대표는 특이한 이력의 소유자다. IT 업계의 오너들이 대부분 테크노라트 출신인 데 비해 그녀는 스스로를 ‘인문주의자’라고 밝힌다. 그녀는 대학에서 심리학을 공부했고 대학원에서 국문학을 거쳐 현재 영상 및 영화 전공 박사과정을 밟고 있다. 1999년도부터 전자책 사업을 구상하기 시작했다는 이 사장은 1년여의 준비 기간을 거쳐 2000년 10월, 정식으로 전자책 서비스를 시작했다. ebook21의 시작이었다.

“처음엔 소박하게 독자의 입장에서 소설을 종이 아닌 다른 매체로 읽을 수는 없을까 하는 생각을 했었어요. 그런데 1990년대 말부터 IT 기술이 급속도로 발전하면서 전자책이 현실화되기 시작했죠. 자연스럽게 저도 관심을 갖게 되었고, 공부를 하게 되었습니다. 그러다가 독자 입장에 만족하지 않고, 콘텐츠를 직접 공급하는 전자책 사업을 시작하자는 생각을 하게 됐죠.”

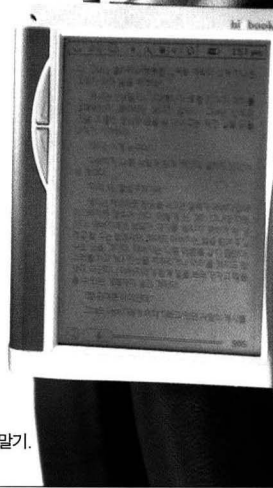
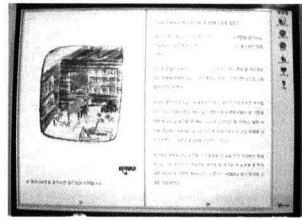
전자책의 기원을 두고 몇 가지 견해가 있긴 하지만 대개는 미국의 존 와일리와 선이 과학잡지의 논문들을 데이터 화해 판매했던 1996년을 원년으로 잡는다. 불과 7년 전 일이다. 그 이전만 해도 전자책이란 말은 사전에서조차 찾아볼 수 없는 단어였다. ‘전자’와 ‘책’이라는 도무지 어울릴 것 같지 않은 결합으로 이뤄진 이 해괴한 신조어는 많은 사람들의 상상력을 자극했다. 개념의 혼선은 곧 이미지의 인플레이션을 불러왔고 그것은 곧 막연한 동경과 기대를 확대 재생산했다. 유명한 말처럼 군중은 아는 것에 열광하지 않고 오로지 모르는 것에 열광할 뿐이다. 전자책에 대한 풍문은 놀랍도록 빠르게 퍼져나갔다. 출판계는 전자책의 출현에 촉각을 곤두세웠고 국내의 대표적인 단행본 출판사들의 모임인 한국출판인회의는 공식 웹사이트 ‘북토피아’를 설



립, 전자책 출판에 나서기도 했다. 때마침 들어선 ‘국민의 정부’는 정책적으로 IT 산업, 벤처기업을 지원하겠다고 밝혀 이른바 IT 벤처 열풍을 거들었다. 우리나라의 전자책 서비스는 이런 토대에서 출발했다. 하지만, 사상누각이었던가. 당시 우후죽순격으로 설립됐던 전자책 업체들 중 지금까지 살아남은 업체는 (주)조은커뮤니티를 위시해 서너 업체 정도다.

(주)조은커뮤니티는 양질의 서비스와 내실 있는 경영으로 5년 동안 모범적인 전자책 서비스를 제공해 오고 있는 회사다. 현재 (주)조은커뮤니티는 전자책 콘텐츠 제작 및 서비스 업무를 하는 이북21(www.ebook21.com)팀과 홈페이지 및 웹사이트 제작을 대행하는 웹메이커21(www.webmaker.com)팀으로 이루어져 있다. 이 사장이 전자책 서비스를 위해 처음 내걸었던 도메인은 www.novel21.com. 이 도메인에는 문학 독자들에게 본격 소설 Novel 콘텐츠를 저렴하게 제공하겠다는 이 사장의 의지가 반영되어 있다. novel21은 의욕적으로 기성 및 신인작가들을 섭외, 계약을 맺고 이들의 작품을 서비스하기 시작했다. 언론과 업계는 novel21을 주목했고 회원 수도 꾸준히 증가했다. 하지만 기대했던 만큼의 수익이 발생하지 않았다.

“지금도 별로 나아지지 않았지만 처음 시작할 때 제



다양한 인터랙티브 기능을 갖춘 전자책 단말기. 종이책에서는 볼 수 없는 음성 및 동영상 구현이 가능하다.

주변에는 종이책과 전자책을 대립관계에서만 받아들이는 시각이 팽배해 있었어요. 수익이 발생하지 않았던 데는 그런 이유가 컸다고 생각해요. 사업을 하면서도 전자책에 대한 편향된 의식을 깨뜨려나가는 일이 가장 힘들었죠. 사실 전자책은 종이책에 대항하겠다는 것이 아니고 다양한 방식과 경로로 독자들에게 양질의 콘텐츠를 제공하겠다는 의도로 출발한 것이거든요.”

수익이 발생하지 않는 상황에서도 이 사장은 시설 투자와 콘텐츠 및 서비스 개발을 게을리하지 않았다. 양질의 콘텐츠와 이를 최상의 조건으로 제공할 수 있는 서비스 구축만이 전자책이 살아남는 길이라고 생각했기 때문이다.

“온라인은 기본적으로 평등한 소통, 즉 인터랙티브가 가능한 공간이에요. 따라서 유저들이 스스로 찾아와서 즐기고 참여할 수 있는 환경을 만드는 것이 가장 중요한 일이라고 생각했어요.”

이 사장은 최근 콘텐츠를 다양화하고 전자책 서비스 업체로서의 인지도를 높이기 위해 도메인을 ebook21.com으로 바꿨다. 이와 동시에 본격소설 콘텐츠 위주에서 탈피하여 장르 소설과 동화, 애니메이션까지 콘텐츠의 내용을 다양화했다. 그 결과 매출이 수직상승하기 시작했다.

“도메인을 ebook21로 바꾸면서 콘텐츠 전체를 아우를 수 있는 내적 동기가 생겼어요. 그리고 전자책 업체로서의 회사의 인지도나 전달력도 몰라보게 좋아졌죠.”

실제로 현재 www.ebook21.com에 접속하면 다양한 콘텐츠들이 선을 보이고 있음을 알 수 있다. 특히 소설 콘텐츠들이 눈에 띄는데 그 다양함이 실로 ‘소설의 백화점’을 방불케 한다. 100여 명에 이르는 본격작가들의 작품들을 제공하고 있는 것은 물론, 로맨스 대중소설, 추리소설, 무협소설, 팬타지 소설, 외국소설, 근대 및 고전소설 심지어는

북한 소설까지 서비스하고 있다. 이 밖에도 경제경영, 인문교양, 종교, 철학, 동화에 이르기까지 종합적인 콘텐츠 망을 구현해 놓고 있다. 이와 더불어 서비스 망을 다원화하여 마이클럽(www.myclub.com)이나 벅스뮤직(www.bugsmusic.co.kr) 같은 타사이트와 제휴, 다각적인 마케팅을 펼치고 있다. 그렇다면 ebook21만의 정체성, 달리 말하면 다른 전자책 업체와의 차별성은 어디에 있을까.

“저희는 다른 전자책 회사와는 달리 소설에 대한 콘텐츠가 가장 다양하고 그 활용의 바운더리가 넓어요. 단순히 콘텐츠를 제공하는 것을 넘어 사이버 문학 강의 프로그램을 마련, 이순원, 박영한 등의 작가와 유저들을 직접 연결시켜 주는 작업도 하고 있는데 반응이 꽤 좋은 편이죠. 소설의 종합적인 풀서비스가 ebook21의 정체성이라고 할 수 있습니다.”

이 사장은 올해를 전자책 사업의 실질적인 원년으로 생각하고 있다. 그녀는 2005년부터 전자책 시장이 본격적으로 형성되고 2006년쯤 개화기가 올 것으로 내다본다. 지금은 말하자면 준비 작업을 하고 있는 셈이다. 그렇게 말하는 이 사장의 말투에는 굳은 의지와 자신감이 넘쳐 보인다.

“지금에 와서 느끼는 것이지만, 시장 진입의 장벽이 생각보다 높았어요. 가장 어려웠던 것은 전자책 사업이라는 것이 처음이었기 때문에 참고해야 할 경영 사례나 샘플이 없이 모든 노하우를 스스로 찾아야 했다는 점입니다. 바람이 있다면 정부의 지원이 소프트웨어 개발업체뿐만 아니라 콘텐츠 개발업체 쪽에 좀더 배려가 되어야 한다고 생각해요.”

끝으로 그녀는 전자책을 통해 보다 많은 사람들이 책을 가까이 하고 종이책 출판사들처럼 사회적인 역할을 할 수 있는 회사로 키우겠다는 꿈을 밝혔다. 앞으로의 행보를 지켜볼 일이다. **■**