



대한인쇄문화협회와 한국이앤엑스는 지난 8월 28일 코엑스 330호 세미나실에서 2009프린코 기념 세미나를 개최했다. '디지털인쇄기를 활용한 부가가치 창출전략'이라는 주제아래 이문학 인천전문대 화상정보과교수(사진 왼쪽)가 '주문형출판(POD)의 현황과 전망'에 대해, 김민수 성도지엘 상무이사(사진 오른쪽)가 '디지털인쇄기의 상업인쇄물 확보전략'에 대해 발제했다. 본고에서는 이문학 교수가 발표한 '주문형출판의 현황과 전망' 중 일부를 요약 게재한다.



POD의 현황과 전망

이문학 시립인천전문대학 화상인쇄전공 교수

주문형 출판(POD) 장비의 국내 보급 현황

디지털인쇄기는 우리나라에 1995년부터 수입되기 시작했다. '드루파 99'에서 '인디고'라는 이름으로 소개된 이 디지털인쇄기는 출판물 제작을 위해서라기보다는 상업 인쇄물을 전문으로 처리하기 위해 수입되었다.

현재 디지털인쇄기를 개발해 공급하는 회사는 세계적으로 10여개 사가 넘는다. 인디고 사를 비롯하여 후지제록스, 다이니폰스크린, 오세, 캐논, 코니카미놀타, 자이콘, HP, 리소, 하이텔베르그 등이 있다. 그러나 이들 회사가 공급하는 디지털인쇄기 모두가 POD 서비스가 가능한 것은 아니다. 인디고 사를 비롯하여 후지제록스, 다이니폰스크린, 오세, 캐논, 코니카미놀타, 자이콘, 코닥 등의 컬러 기종이 POD 서비스가 가능하다고 볼 수 있고, 하이텔베르그 기종은 상업 인쇄물을 전문으로 생산하는 오프셋방식의 디지털인쇄기이다. 리소 등 그 외의 기종들은 디지털인쇄기라고는 하나 실제로는 복합기 정도의 성능을 지녀 저급의 인쇄물을 생산하는데 사용되고, 상업 인쇄물이나 POD 사업에는 적합하지 않다.

현재 우리나라에는 3000여 대의 디지털인쇄기가 도입되어 있는데 이중 22% 정도인 655대가 POD 서비스가 가능한 컬러 디지털인쇄기이다. 그러나 이 컬러 디지털인쇄기들도 POD에 모두 투입되는 것은 아니며 일반 상업인쇄물 제작이 70% 이상인 것으로 추정되고 있다.

가격은 복합기 형태의 디지털인쇄기가 2천만 원대부터 1억 원 내외, POD가 서비스가 가능한 디지털인쇄기가 5억 원에서 10억 원 사이이다. 디지털인쇄기들은 대부분 지금까지 오프셋 인쇄에서 사용하는 망점을 이용한 판 인쇄가 아닌 잉크분사식 또는 토너식 인쇄방식을 채택하고 있어 인쇄 품질이 오프셋인쇄기에 미치지 못하고 있다. 일반적으로 오프셋인쇄기의 80~90%선으로 평가되고 있다.

주문형 출판(POD) 제작 비용

주문형 출판 시스템을 도입했을 경우 가장 궁금한 것이 제작비용일 것이다. 따라서 디지털인쇄기로 4×6배판, 300쪽 분량의 책을 단색(1°)과 컬러(4°)로 인쇄했을 경우의 비용을 산출해 보자. 먼저 단색의 경우, 80그램 종이(백상지 기준)에 내지 인쇄를 할 때 인쇄비는 쪽당(양면) 27원으로 4050원이 들어간다. 여기에 표지인쇄를 컬러로 하면 1300원이 추가되며, 기본 제책비 600원을 더하여 총 5950원이 들어간다.

이 가격은 의뢰자가 편집과 디자인을 완벽하게 만들어 데이터로 가져왔을 경우이고, 표지디자인과 내지 편집, 교정, 파일 수정, 스캔 등을 의뢰할 경우 책 한권을 만드는데 많게는 7만원 가까운 추가비용이 들게 된다.

컬러로 제작할 경우, 같은 종이에 인쇄를 하면 인쇄비는 쪽당(양면) 150원으로 2만2500원이 들어간다. 여기에 표지인쇄 1300원과 제책비 600원이 추가되면 2만4400원이 된다. 표지디자인과 내지 편집, 교정, 파일수정, 스캔 등을 의뢰할 경우 책 한권을 만드는데 많게는 9만원이 넘게 들어갈 수도 있다.

주문형 출판(POD)의 전망

POD(주문형 출판)은 출판사의 고질적인 문제점인 재고·절판·품질의 고민을 어느정도 해소할 수 있을 것으로 보인다. 특히 필요한 분량만큼만 만듦으로써 연간 30%에 가까운 책의 반품문제를 해결하여 창고보관 비용과 유통 비용을 대폭 절약할 수 있을 것이다. 특히 가치가 높은 서적의 절판에 따른 문제점을 해결할 수 있을 것이다.

독자의 입장에서는 기존의 출판사 중심의 출판환경에서 벗어나 독자와 저자가 중심이 되는 출판 환경으로의 변화를 가져와 일반 독자가 자기만의 특성을 살린 자신만의 책을 만들 수 있는 길이 열리게 되었다. 또한 적은 비용으로 한정 부수를 직접 출판하는 셀프 퍼블리싱(self-publishing)과 기존의 출판물도 주문형으로 생산함으로써 세상에 하나뿐인 책을 만들어 소장할 수 있는 길이 열리게 되었다.

앞으로 출판의 개념은 같은 제목으로 수천 권의 책을 대량 배포하는 것이 아니라, 각자의 취향에 따라 맞춤형으로 생산하게 되는 개념으로 바뀌게 될 것이다. 결국 주문형 출판 솔루션은 적은 부수의 수요가 예측되는 상업 출판물, 절판서적, 개인 출판물 등 다품종 소량출판에 대해 경쟁력을 갖게 될 것이며, 특히 상업주의로 인해 갈수록 수요가 줄어드는 학술서나 인문 사회과학 분야 서적, 순수문학이나 시집 등 이른바 '딱딱한 책'은 주문형 출판에 의해 어떻게든 지속적인 생산이 가능해짐으로써 책 문화의 향유가 다양하게 유지될 수 있다는 점이 매우 중요하다.

주문형 출판은 21세기 전자출판 시대, 종이책의 변신을 꾀하는 '대단한 출판혁명'을 일구어낼 것이다. 제이슨 엡스타인은 <북 비즈니스>라는 책에서 "오늘날 디지털 기술로 주문형 출판이 가능해져 우리는 새로운 책의 황금기에 서 있다"면서 "POD 관련기술이 지속적으로 발전하여 언젠가는 현금지동지급기처럼 동네마다 POD기기가 설치되는 시대가 올 것"이라고 전망했다. 또 랜덤 하우스 뉴미디어(Random House New Media)의 리처드 사노프는 주문형 출판이 출판업체들에게 새로운 수익을 창출하는 방안을 제시해 줄 것이라고 주장하고 있다.

이처럼 영미권의 출판계에서는 POD의 비중이 지속적으로 증가할 것이라는 전망이 지배적이다. 특히 향후 5년 이내에 시장의 점유율은 물론 전체 경제규모에서 POD가 차지하는 비중이 크게 늘어날 것이고, 정교해진 기술에 의해 현재까지 문제로 남겨져 있던 컬러를 포함한 양질의 콘텐츠를 무리 없이 소화해 낼 것으로 판단하고 있다.

'절판도서가 절판되는 때는 언제인가' 혹은 '무한대로 늘어가기만 하는 영구적인 책의 발행이 과연 제대로 관리될 수 있을 것인가' 등의 냉소적인 우려와 함께 그 방법과 내용에 대한 논의는 앞으로도 계속 진행될 것이지만 POD가 디지털 출판 환경에서 간과할 수 없는 한 축을 세우게 될 것임은 분명해 보인다.

한편, 인쇄업계에서는 5~10%에 불과한 디지털 인쇄물량이 매년 10~20%의 성장을 거듭하게 될 것으로 전망하고 있다.

주문형 출판(POD)의 과제

POD는 전체적으로 변화의 물결에 직면한 출판계에서 결코 무시할 수 없는 한 흐름이다. POD는 한 종의 책을 대량 인쇄하는 데 따르는 경제적 위험을 줄이고, 절판된 책들을 사회에 다시 되돌리게 하며, 새로운 책의 출간에 앞서 시장조사를 위한 견본책을 큰 부담 없이 만들어내어 불확정 출판 구조에 유연하게 대응할 수 있게 하고, 과다 배본이나 반품처리 등에 따른 부담을 줄이면서 세계 어느 곳에 있는 독자들에게도 닿을 수 있게 할 수 있다. 그러나 POD의

활성화를 위해서는 몇 가지 조건이 선결되어야 할 것이다.

▶ 광범위한 서적 정보 및 내용을 검색할 수 있는 네트워크 시스템이 구축되어야 한다.

이러한 네트워크 시스템은 각 출판사의 홈페이지나 데이터베이스와 링크되어 이용자가 직접 원하는 책의 내용 중 일부를 골라서 주문할 수 있어야 한다. 또한 모든 책의 내용은 디지털화되어 데이터로 축적되어 있어야 한다.

▶ 저작권료 과금 문제가 해결되어야 한다.

다양한 저작물로부터 개인의 목적에 맞는 적절한 내용을 추려내 또 다른 유형의 책으로 재생산하는 경우 권 단위로 되어 있는 기존의 저작권료 산정 방식의 개선을 요한다. 이런 유형의 선례는 음반 산업에서도 볼 수 있는데, 한 장씩 날개로 팔리는 음반과 수천 곡의 노래가 혼합되어 있는 노래방 기계가 저작권료의 산정 방식이 달라지는 것에서도 살펴볼 수 있다. 주문형 출판의 경우 일만한 저작권료 정산문제를 해결하기 위해서는 별도의 저작권료 정산센터(Copyright Clearance Center)를 거쳐 저작권료가 지불되는 시스템이 고안되어야 할 것이다.

▶ 정부의 적극적인 지원 정책이 요구된다.

우리나라 출판시장의 특성을 고려한다면 민간자본에 전적으로 맡겨서는 활성화가 어려운 상황이다. 예컨대 보존적 가치가 있거나, 학술적 가치가 있거나, 도서관에서 요청하는 도서를 디지털인쇄기로 POD를 할 경우 정부에서 일정 금액을 지원해 주는 정책이 마련되어야 한다. 나아가 절판도서나 개인화 출판 등의 경우에도 지원이 필요하다. 이 경우 출판사와 디지털 인쇄업체 중 어디에 지원하는 것이 타당한가는 좀 더 연구와 논의가 필요할 것이다.

POD를 위한 디지털인쇄기를 도입하고자 하는 업체에도 세제와 자금지원 등의 대책이 마련되어야 한다. 출판계가 어려운 상황에서, 그리고 디지털로 전환되는 상황에서, 학술서나 절판도서 등의 소량인쇄가 필요하다는 전제가 있다면 POD를 시장 논리에만 맡겨 두어서는 곤란하다. 앞서 밝혔듯이 디지털인쇄기의 가격이 10억 원대를 형성하고 있는 상황에서 디지털인쇄 업체들이 시간당 10만 원대의 생산액에 불과한 POD 사업을 하기란 현실적으로 불가능하기 때문이다.

▶ 출판사들의 POD에 대한 확고한 인식의 전환이 필요하다.

POD라는 새로운 분야로의 전환에 대한 불안감보다는 극소수 독자의 요구에도 부응할 수 있고 부가가치도 창출할 수 있음을 인식해야 한다. 디지털인쇄업체들도 생산비를 줄이고 품질을 업그레이드 하는 자세를 가져야 한다. 이를 위해서는 디지털인쇄기 공급업체들의 소모품(토너 등) 공급 가격의 인하가 전제되어야 한다.

출판사들은 POD의 가격이 높다는 입장이고, 디지털인쇄업체들은 출판사들이 요구하는 비용으로는 생산원가에도 미치지 못한다는 주장¹⁰⁾이 타당하다고 볼 때 정책적 개입이 필요하다고 보여진다.

이밖에 POD의 조기 정착을 위해서는 포괄적인 측면에서 ▲최종 완성단계에서 또는 디지털 교정단계에서 인쇄의 질적 수준이 적절한가. ▲인쇄의 장치나 구조가 생산적이고 확실한가. ▲이미 가동되고 있는 디지털 인프라가 과연 적절한 상태인가 등에 대한 점검이 요구되며, 세부적인 측면에서 ▲POD 시스템을 출판사 내부에 둘 것인가, 아니면 인쇄·유통을 전담하는 외부의 독립체에 맡길 것인가. ▲POD에 의한 갑작스러운 변환을 온·오프라인 서점에서 갈등 없이 소화해 낼 수 있는 방안. ?서점과 독자의 기대를 모을 수 있는 방법. ▲출판사의 도서목록 혹은 온라인상에서 POD 도서의 구분을 어떻게 해야 할 것인가 등이 고려되어야 할 것이다.

지금까지 살펴본듯 POD는 출판계에 새 바람을 일으키고 있는 것이 확실하다. 전통방식의 종이책과 전자책 사이의 틈새시장이라고 할 수는 있지만 출판계와 저자, 독자, 그리고 인쇄업체에 모두 도움이 되는 시스템이기 때문이다. 그러나 우리나라의 경우 바람으로 끝날지, 아니면 확고한 위치를 확보하고 번창할지는 좀 더 두고 보아야 할 것 같다. ☞