

2012년 출판산업 전망

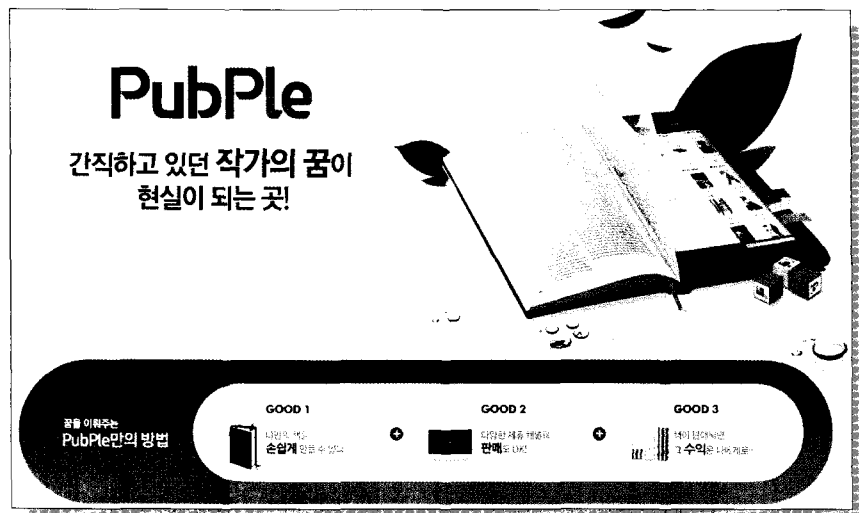
기고 | 정세일(유플러스연구소 연구위원)

2012년이 임진년이 밝았다. 작년 국내 출판산업계는 급격한 변화를 경험하였다. 이 같은 변화는 금년에도 지속될 것으로 보인다. 특히 2012년 국내 출판산업계는 1인 출판의 활성화와 디지털 인쇄 기반 맞춤형 출판의 증가 등의 경향이 더욱 뚜렷하게 나타날 것으로 예상되며, 전자책 시대에 대응한 출판사의 치열한 생존 노력이 활발하게 전개되는 동시에 국내 출판산업한류의 봄 업이 이루어질 것으로 기대된다.

1인 출판의 활성화

2012년에는 1인 출판이 보다 활성화될 것으로 전망된다. 1인 출판은 '자가 출판(Self Publishing)' 이라고도 불리며, 출판사를 거치지 않고 저자가 편집, 인쇄, 출판물 등록, 유통 등 전 과정을 스스로 진행하는 출판형태를 의미한다.

1인 출판을 지원하는 자가출판시스템이 국내에서도 증가하고 있는 상황이다. 이미 2011년에는 인터파크의 북씨(bucci.co.kr), KT의 올레이북, 조선일보의 텍스트어 등의 자가출판시스템이 서비스를 시작하였으며, 12월에는 국내 최대 서점 중 하나인 교보문고 또한 자가출판시스템인 '퍼플(PubPle)' 서비스를 출시하였다.



교보문고의 자가출판시스템 '퍼플(PubPle)'

2011년부터는 1인 출판 저작물 수도 뚜렷하게 증가세를 보이고 있으며, 1인 출판사 설립이 급증하고 있는 것으로 조사되고 있다. 한국전자출판협회는 2011년 8월 기준 등록 출판사 수가 6만 2천여 개로, 지난해 12월 4만여 곳과 비교, 150% 가량 증가하였고, 이 같은 현상은 종이책 시장이 줄어들면서 전자책 사업을 하고자 하는 신생 출판사 및 1인 출판사가 급증하고 있기 때문이라는 분석을 제시하기도 하였다. 또한 1인 출판 플랫폼 제공업체들의 2011년 상반기 매출도 전년 대비 약 10배 정도 증가한 것으로 알려졌다.

기존 출판시장의 주도권은 출판사에 있었다. 따라서 처음 책을 출판하고자 하는 사람에게 출판사의 책 출판에 대한 동의를 확보하는 것은 출판시장에 진입할 수 있을지가 결정되는 일이기도 하였다. 출판계에 존재하는 기획 출판이란 말에서 기획이란 저자가 아닌 출판사의 영역이었다. 기획출판은 어떤 책을 출판할지에 대한 계획을 출판사가 주도하면서 마땅한 저자를 선택해 원고를 쓰게 만드는 방식이다.

이처럼 최근까지도 책 출판 여부와 책의 내용 및 형식 등에 대한 결정권은 대부분 출판사에 있었다. 즉 출판사의 선택이 출판물의 저자가 되는 결정요인이 되어 왔던 것이다. 하지만 1인 출판이 증가하면 자신의 책을 출판하고자 하는 일반인들의 출판시장 진입이 손쉬워지게 될 것이며, 이로 인해 출판물의 다양화가 이루어질 것으로 전망된다.

그러나 1인 출판이 증가하고, 원하면 누구나 출판물을 출판할 수 있는 시대가 도래하였다고 해서 모든 저자의 책이 독자들의 선택을 받을 수는 없다. 출판시장에는 독자의 선택을 받지 못할 리스크가 상존하고 있다. 기존의 출판산업을 주도하던 출판사는 이 같은 리스크를 최소화하기 위해 저자를 선택하고 기획출판을 추진했었다. 따라서 1인 출판을 하는 저자의 경우 출판과정에 대한 주도권 확보와 함께 리스크에 대한 책임도 혼자 지게 되었다.

1인 출판이 활성화되어 출판물이 다양화되고 서적의 다품종 소량시대가 도래하게 되면 국내 전체 출판시장의 출판물 판매 권수는 증가할 것으로 전망되고 있다. 소수의 베스트셀러에 판매가 집중되는 상황보다 다양한 책들이 조금씩 팔리는 것이 전체 출판시장의 출판물 판매 권수를 더 크게 증가시킬 것으로 분석되고 있다. 현실적으로 빅히트를 치는 베스트셀러는 자주 나오기 어렵다. 따라서 다양한 책들이 조금씩 판매되는 것이 전체 출판시장에는 더 큰 판매량 증가 효과를 가져온다. 결국 1인 출판의 활성화로 저자와 출판물이 다양해 질수록 국내 출판시장에 긍정적인 영향을 미치게 된다고 할 수 있겠다.

최근 스마트폰과 태블릿PC 등 스마트미디어의 보급 확대는 1인 출판을 더욱 활성화시킬 것으로 기대를 모으고 있다. 전자책이 스마트폰 킬러 콘텐츠로 자리매김 하고 있고, 이에 따라 부족한 전자책 콘텐츠의 수를 1인 출판을 통해 추진된 출판물이 매우는 상황이 나타나고 있다. 따라서 2012년에는 1인 출판이 더욱 크게 활성화 될 것으로 예상되며, 구체적인 성공사례도 등장하게 될 것으로 예상된다.

디지털 인쇄 기반 맞춤형 출판의 증가

디지털 인쇄의 확장에 따라 사용자의 요구에 맞는 다양한 디자인과 사이즈, 용지, 내용 등을 적용한 출판물을 제공하는 맞춤형 출판(POD : Printing On Demand)의 증가도 예상된다. 디지털 인쇄란 기존 오프셋 인쇄 방식과 달리 따로 필름을 만들 필요가 없이 디지털화된 문서를 곧바로 출력할 수 있는 방식을 말한다. 특히 디지털 인쇄는 문서의 생성에서부터 교정, 관리, 편집, 인쇄, 후처리에 이어지는 모든 공정을 디지털화, 자동화해 모든 작업을 하나로 연계한다는 것을 의미한다. 또한 맞춤형 출판은 단기간 내에 원하는 부수만큼 인쇄물을 제작할 수 있게 해주고, 절판 도서 및 개인 출판 등을 맞춤형으로 제작할 수 있게 한다.

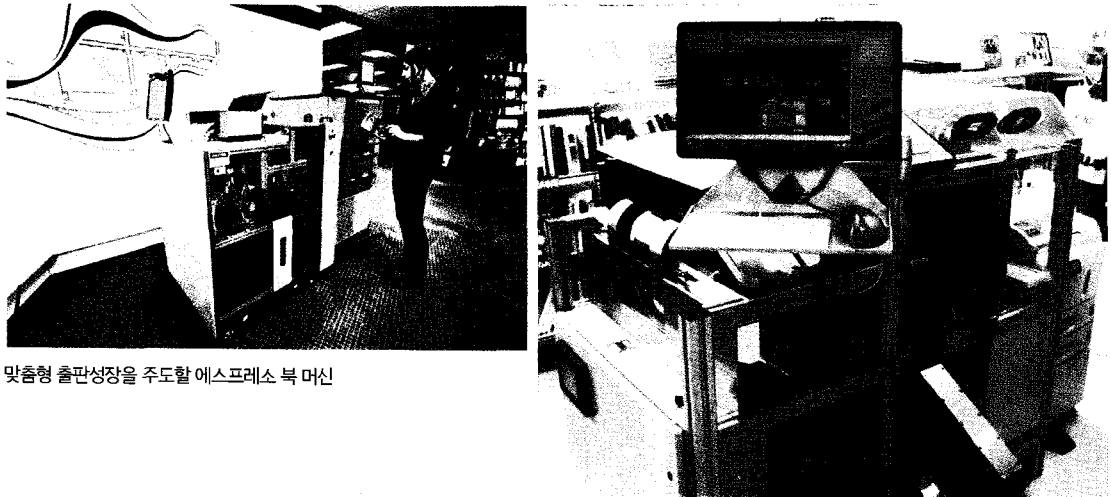
따라서 이 방식은 인쇄 시간을 크게 단축할 수 있고 수정사항을 즉시 반영할 수 있다는 장점이 있으며, 다양한 파일을 소량 인쇄할 수도 있어 맞춤형 인쇄를 가능하게 하는 중요한 기술 기반으로 작용하고 있다.

2010년을 기준으로 디지털 인쇄 시장은 국내 전체 인쇄 시장의 약 10% 정도를 차지하고 있으며, 매년 10% 이상 성장할 것으로 전망되고 있다. 영국 시장조사업체 '피라'(PIRA)는 2014년까지 국내 아날로그 프린팅 시장이 19.6% 감소하는 반면, 디지털 프린팅 시장은 77.3% 증가할 것이라고 예측을 제시하기도 하였다. 따라서 금년에도 디지털 인쇄 기술에 기반을 둔 맞춤형 출판은 지속적으로 증가할 것으로 전망된다. 맞춤형 출판의 대표적인 사례로는 나만의 시집이나 나만의 소설, 포토북 등 개인화된 출판물을 들 수 있는데, 디지털 카메라의 확산과 함께 늘어나고 있는 포토북 수요의 증가는 맞춤형 출판의 활성화에 중요한 견인차 노릇을 할 것으로 분석되고 있다.

맞춤형 출판은 또한 인쇄량 증가에도 기여하고 있는 것으로 보인다. 종이인쇄물에 대한 수요가 지속적으로 감소할 것으로 예상되는 가운데, 국내 인쇄산업에서 디지털 인쇄의 비중이 증가하고 맞춤형 출판이 늘어나면서 실질적인 인쇄산업의 매출액인 출하액은 오히려 증가세를 유지하고 있는 것으로 조사되고 있다. 국내 인쇄 산업 사업체 수는 2007년 이후 지속적인 감소세를 보이고 있고 인쇄 관련 산업 종사자 수도 2007년 이후 감소율을 보이고 있는 반면, 출하액은 전체 인쇄산업 가운데 제판 및 조판업이 11.6% 감소한 것을 제외하면 예년과 비슷한 수준으로 증가하고 있다.

한편 맞춤형 출판을 위한 전문 서비스도 증가하여 맞춤형 출판 시장에 대한 긍정적 전망을 더하게 하고 있다. 맞춤형 출판 전문 서비스인 ‘퍼블로그(www.publog.co.kr)’는 고객들이 포토북 편집기를 무료로 사용하여 본인이 원하는 대로 직접 편집한 후 단 1권만이라도 출판할 수 있는 서비스를 제공하고 있다. 또한 이 서비스는 제안서, 회사소개서, 매뉴얼, 다이렉트 메일(DM) 등 개인 및 기업의 각종 문서양식의 영역에 대해서도 다양한 맞춤형 POD 서비스를 진행하고 있다.

에스프레소 북 머신의 도입도 맞춤형 출판의 성장을 견인할 것으로 예상된다. 에스프레소 북 머신은 데이터화 된 출판물 정보를 활용하여 고객이 직접 원하는 형태로 출판물을 가공하고 인쇄 및 출력할 수 있도록 하는 장비이다. 2010년에는 국내 교보문고에서도 이 장비를 설치하여 고객들에게 서비스하기도 하였다. 향후에는 에스프레소 북 머신의 도입이 더욱 증가할 전망이며, 이로 인해 맞춤형 출판은 지속적인 성장을 이룰 것으로 기대된다.



맞춤형 출판성장을 주도할 에스프레소 북 머신

전자책 시대, 출판사의 치열한 생존 노력 활발

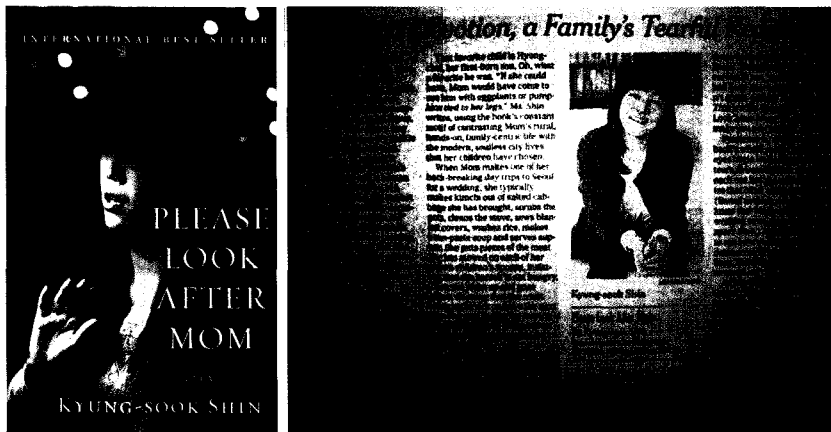
전자책 시장의 지속적인 확산으로 미국의 보더스 등 대형 서점까지도 문을 닫는 사례가 증가하는 상황에서 출판사와 서점은 전자책 시대의 생존기반을 마련하기 위해 다양한 전략을 시도할 것으로 보인다.

미국 출판업계의 경우 전자책 시대의 변화에 대응하여 베스트셀러 작가에게 지급하는 선인세 규모를 줄여 비용절감 및 위험부담 감소 효과를 창출하려는 노력이 진행되고 있다. 이에 따라 미국 베스트셀러 작가의 수백만 달러에 달하던 선인세는 작품에 따라서는 수만 달러대까지 낮아진 것으로 알려지고 있다. 또한 양장본 인쇄량을 줄이려는 시도를 추진되고 있다. 미국 아세트북그룹은 이미 2011년부터 4만부 이상을 인쇄하던 양장본 인쇄량을 3만부 정도만 인쇄하는 전략을 진행하고 있다. 이밖에 사무실과 창고를 폐쇄하는 구조조정을 시도하는 출판사도 생겨나고 있다. 뉴스코퍼레이션 산하 기업인 하퍼콜린스는 미국 내 창고 4개 중 2개를 폐쇄할 예정이며, 베텔스만 그룹의 랜덤하우스는 뉴욕 맨해튼의 사무실 공간 중 40%를 재임대하는 방안을 추진하고 있다.

이 같은 전략과 더불어 전자책과 종이책을 연계하는 전략을 추진하는 출판사들도 증가하고 있다. 따라서 온라인 블로그의 콘텐츠를 오프라인의 종이책으로 출판하는 블럭스(blog+books), 일본에서 인기를 얻고 있는 휴대폰 소설의 종이책화 등의 시도가 더욱 활성화될 것으로 예상되며, digital edition을 종이책 판매 확대를 위한 마케팅 도구로 활용하거나 전자책을 먼저 출판한 후 독자의 반응에 따라 종이책을 출판하는 전략 등의 일 변화도 가속화될 전망이다.

출판한류 붐 업

금년에는 국내 해외 시장에서의 국내 출판물에 대한 관심이 더욱 증기할 것으로 예상된다. 이미 국내 출판물은 문학작품을 중심으로 세계 여러 나라에 번역 출력이 이루어지는 성과를 거두고 있다. 대표적으로 작가 신경숙의 <엄마를 부탁해>는 국내 판매 180만 부 판매 달성과 31개국 번역 출간으로 출판한류의 불을 지피는데 크게 기여하였다.



신경숙의 <엄마를 부탁해> 영문판과 해외 신문의 소개 기사

국내에서만 총 4000만부 이상이 판매 되었으며, 프랑스와 중국, 일본, 러시아, 태국 등 36개국에 9개의 언어로 출간중인 출판사 예림당의 <Why?>시리즈 영문판은 다국적 출판그룹과의 협력을 통해 글로벌 시장에 대한 진출을 진행하고 있다. 예림당은 2011년 말 전 세계 40개국 이상에 280여개 이상의 지사를 가지고 있으며 신용평가기관인 스탠더드앤amp;퍼스(S&P)를 보유한 다국적 출판그룹인 맥그로힐(McGraw-Hill Education)과 <Why?> 시리즈 영문판에 대한 수출계약을 체결하였다. 이 계약을 통해 <Why?> 시리즈는 오세아니아와 아시아, 인도차이나 지역에서 우선 출간될 예정이며, 이후에는 영미권과 유럽, 남미 지역으로 순차적으로 진출할 계획이다.

문화체육관광부도 그 동안 아시아, 유럽, 미주 지역 등 일부 지역에만 국한되었던 한국 출판물의 수출을 보다 다양한 지역으로 확대시키기 위한 지원사업을 지속적으로 진행하고 있다. 문화체육관광부와 대한출판문화협회는 2011년 11월 중남미지역 최대 도서전 중 하나인 제25회 과달라하라도서전에서 한국관을 설치 및 운영하여 한국 도서 홍보 및 저작권 수출 상담을 지원하기도 하였다. 중남미 지역에서의 경우 김영하의 첫 장편소설 <나는 나를 파괴할 권리가 있다>가 아르헨티나 바호 라 루나(bajo la luna) 출판사를 통해 출간되는 등 한국 출판물 진출의 가능성이 조금씩 현실화되고 있는 상황이다.

2012년에도 국내 출판산업은 스마트미디어 보급의 확산 등에 따른 미디어환경의 변화와 독자들의 독서습관 및 행태변화에 대응하여 치열한 생존과 생산성 향상을 위한 노력을 전개하여야 할 것으로 보인다. 그러므로 무엇보다도 창의성을 매개로 한 경영혁신과 기술혁신을 지속적으로 진행해야 할 것이다. 혁신에는 자본과 인력, 기술 등 다양한 자원들의 원활한 동원능력이 요구된다. 따라서 출판산업계의 혁신을 위한 자구적 노력뿐 아니라 정부의 산업정책적 차원에서의 지원 활성화도 동시에 요구된다고 하겠다. ↻