

소셜 미디어로 새로운 전기 맞은 1인 출판 동향

CT 이슈분석 II

1. 들어가며: 1인 출판의 개념과 등장
2. 1인 출판의 발전과 성장
3. 소셜 미디어의 등장으로 新 국면 맞이한 1인 출판 시장
4. 1인 출판 시장, 소셜 미디어와의 결합으로 대중화 가속화





CT 이슈분석 II : 창작/출판

소셜 미디어로 새로운 전기 맞은 1인 출판 동향

1. 들어가며: 1인 출판의 개념과 등장

- ▶ 1인 출판⁵⁾이란 말 그대로 개인 단위의 출판 사업자가 도서 콘텐츠를 제작하고 이를 실제 독자들에게 제공하는 일체의 행위를 의미함
 - 1인 출판은 기획부터 집필, 편집, 인쇄 등 도서를 출판하는 모든 과정을 1인 창조 기업이 수행하는 것을 특징으로 함
- ▶ 1인 출판의 등장 배경 중 하나는 출판사의 간섭에서 벗어나 자유로운 저작 활동이 가능하다는 것임
 - 자신의 도서 저작물을 출판하고자 하는 대부분의 1인 작가들은 출판사라는 매개체 없이는 출판 시장에 진입하는 것이 어려웠으며, 출판 계획을 사전에 세우고 이에 부합하는 저자를 선택해 원고를 의뢰하는 기획 출판 형태가 일반적인 상황에서 1인 작가의 창작 활동은 제한적일 수밖에 없음
 - 그러나 1인 출판의 경우 책의 출판 여부는 물론 내용이나 형식까지 작가의 선호에 따라 결정할 수 있다는 점에서 일반적인 출판 대비 자유도가 높다는 이점을 보유하고 있음
- ▶ 높은 수익률을 보장해 준다는 점도 1인 출판의 등장 배경 중 하나로서, 계약 조건에 따라 조금씩 상이할 수 있으나 일반적인 경우 대형 출판사를 통해 출간하는 하드커버 도서는 저자나 저작권자에게 약 10%의 인세가 지급되며, 책 표지를 종이 한 장으로 장정한 포켓판 도서를 의미하는 페이퍼백(paperback)의 경우 6~8%수준의 인세가 형성되고 있음
 - 반면 1인 출판 도서의 경우 출판 형태에 따라 차이를 보이거나 미국에서는 최소 20%에서 최대 70%에 가까운 인세를 보장함(Cindafernando, 2012. 5. 31)

5) 자가 출판, 셀프 퍼블리싱(Self Publishing) 등 다양한 용어가 사용되나 본고에서는 '1인 출판'으로 용어를 통일하기로 함



2. 1인 출판의 발전과 성장

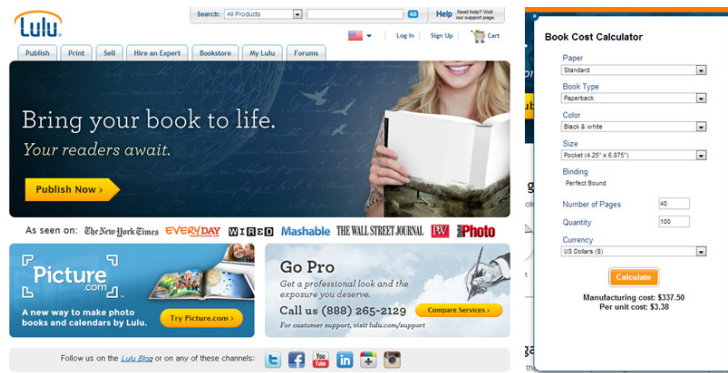
1) 1인 출판 서비스의 태동과 한계

- ▶ 개인 작가들은 자유로운 저술 활동과 높은 수익 배분율을 보장받을 수 있는 1인 출판을 원하기 시작함
 - 특히 전문 인쇄 대행사에 비용을 지불하여 도서 저작물을 직접 출판하는 주문형 인쇄(Print on Demand, 이하 POD) 형태의 1인 출판 서비스가 활성화되고 있음
- ▶ POD는 원하는 수량만큼 인쇄가 가능한 주문형 출판 방식을 의미함(Just Creative, 2012. 5. 1)
 - 대형 인쇄기의 잉크를 이용해 피인쇄물에 문자나 디자인을 인쇄하는 소위 오프셋(Off-Set) 방식은 필름이나 판을 제작하는 별도의 비용이 요구되므로 최소 인쇄 단위가 존재하며 출력 단가 역시 고가임
 - 그러나 디지털 프린팅 시스템을 이용하는 POD 방식은 출판에 소요되는 초기 비용을 획기적으로 완화할 수 있으며 소량 인쇄 역시 가능하게 함
 - 실제 동일 부수의 도서를 제작할 경우 POD 방식의 인쇄 비용은 일반 오프셋 방식의 최대 2% 수준에 불과하며, 디지털 데이터 상태로 출판 콘텐츠를 저장해 두었다가 독자가 구매를 원할 경우에만 인쇄를 진행함으로써 재고 및 절판 문제 역시 해결 가능함
- ▶ ‘Lulu’는 POD 형태의 1인 출판 서비스를 비즈니스 모델로 안착시킨 대표적인 사업자 중 하나임
 - 2002년 설립된 ‘Lulu’는 개인 저술 원고를 종이책으로 출판해주는 서비스를 제공하며, 1인 저자가 책의 사이즈와 제본 형태, 종이의 종류 등을 선택하고 자신이 작성한 원고를 ‘Lulu’에 업로드 하면 곧바로 개인 도서 출판을 가능해짐
 - 표지 디자인 서비스도 연계되어 있어 디자인에 미숙한 작가도 시중의 도서와 유사한 수준의 디자인 품질을 갖춘 책을 완성할 수 있으며 자비로 출판한 도서를 온라인으로 판매해주는 서비스도 제공함



- 초판 발행 부수도 자유롭게 지정할 수 있으며 페이퍼백 형태로 40페이지 분량의 흑백 원고를 포켓 사이즈로 100부 인쇄할 경우 권당 약 3.38달러의 비용이 소요됨

그림 16. 초기 1인 출판 플랫폼으로 주목 받았던 POD 서비스 'Lulu'의 메인 페이지(좌) 및 출판 비용 계산 서비스(우)



출처: Lulu(2013, <http://www.lulu.com/>)

- ▶ 그러나 POD라는 출판 플랫폼의 등장과 1인 출판에 대한 화제성에도 불구하고 실상 1인 출판 도서 상품이 매스마켓에 등장하는 경우는 드물었으며, 1인 작가의 성공 스토리도 부재한 상태임
- 시장 논리에 입각해 운영되는 도서 유통 사업자는 독자에게 검증 받지 못한 작가의 도서를 시장에 내놓는 위험을 기피하고 있음
- 또한, 기성 출판사에서 출간하는 도서조차 그 존재를 알리지 못하고 사라지는 상황에서 1인 작가의 도서가 제대로 대우 받기는 어려웠음
- ▶ 실제, 1인 작가의 출판물은 주변의 가족이나 친지들과 함께 읽거나 소수 마니아층을 위한 수준에서 제작되었음
- POD 기반의 미국의 대표적인 출판사 iUniverse는 2004년 한 해 1만 8,108종의 1인 작가 도서를 출간했으나 단일 타이틀 당 평균 인쇄량은 43.8부에 불과했다고 언급함(How Publishing Really Works, 2009, 8, 26)
- 또한 500권 이상 판매된 1인 출판 도서는 83종에 그쳤으며 1인 출판 타이틀 당 평균 판매량은 39.9권에 불과하다고 발표함

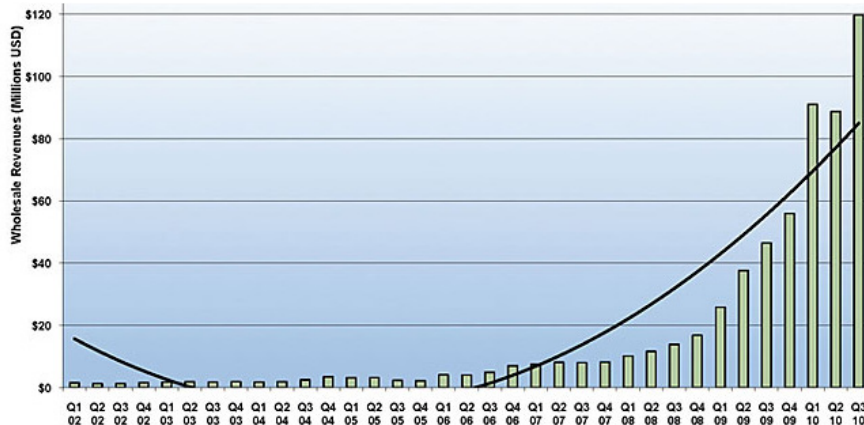


2) e-Book의 확산과 1인 출판의 부활

▶ 2007년 등장한 Amazon의 e-Reader⁶⁾ ‘Kindle’ 시리즈의 등장은 e-Book 시장의 본격적 개화를 알렸음

- 당시 ‘Kindle’은 종이책이 따라올 수 없는 휴대성을 앞세워 첫 판매 개시 후 5시간 30분 만에 매진을 달성함(Engadget, 2007. 11. 21)
- 이후 79달러까지 가격이 인하된 ‘Kindle’은 2011년 12월 쇼핑 시즌에 매주 100만 대 이상의 판매고를 올리는 등 높은 인기를 구가함(TechCrunch, 2011. 12. 29)
- 이에 따라 e-Book 판매량 역시 2007년부터 서서히 성장세를 나타내기 시작, 2009년에는 1억 5,000만 달러의 시장을 형성하는 등 e-Book 독자 기반이 대거 확충되고 있음

그림 17 . e-Reader 보급으로 2007년부터 성장세를 나타낸 미국 e-Book 판매량



출처: idpf(2010, <http://idpf.org/about-us/industry-statistics>)

▶ 이 같은 추세는 최근까지 지속되며 소비자들의 주요 독서 매체가 종이책에서 e-Book으로 전환되고 있음(Pew Internet, 2012, 12, 27)

- Pew Research Center의 조사 결과에 따르면, 16세 이상 미국 소비자 2,253명 중 e-Book을 이용하는 소비자의 비중이 2011년 16%에서 2012년 23%로 7% 증가함

6) 일반 LCD보다 안구에 피로가 덜 하고 태양광 아래서 가독성이 높으며 배터리 효율 또한 높은 전자 잉크 디스플레이를 탑재하는 등 e-Book 콘텐츠 소비에 최적화된 단말



- 반면, 종이책 이용자의 비중은 같은 기간 72% 수준에서 67%까지 감소한 것으로 나타남
 - e-Book이라는 새로운 매체의 확산으로 개인 작가들의 1인 출판에 대한 관심이 증대되고 있으며, 인쇄과정이 필요 없고 온라인 마켓에서 판매되므로 유통 비용 역시 감소함으로 1인 작가의 부담이 완화됨
 - 또한 e-Book에 대한 수요가 폭발적으로 증가하는 반면 전통적인 유통 채널 및 출판사들의 디지털 출판 콘텐츠 공급에 한계가 발생함에 따라 e-Book 콘텐츠 확보 전략의 일환으로 1인 작가의 작품이 다시 주목을 받기 시작함
- ▶ 결과적으로 e-Reader의 보급과 e-Book의 확산은 1인 출판 도서의 유통 채널을 확대 시켜줌과 동시에 1인 출판물의 고객 기반을 형성하는 결정적 계기가 되었음
- 더불어 출판사를 거치지 않고 작가가 직접 e-Book을 제작·판매하는 오늘날의 1인 출판 형태가 본격적으로 형성됨

3) 본격적 성장 궤도에 오른 1인 출판 시장

- ▶ 이에 따라 e-Book이라는 새로운 매체를 이용한 1인 작가의 출판 사례가 증가하고 있음
- 출판 시장 조사 업체 Bowker Market Research의 조사에 따르면 2011년에만 8만 7,201개의 e-Book 타이틀이 1인 출판 시스템을 통해 출간되며 전년 대비 120% 증가한 수치를 기록함(Bowker, 2012. 10. 24)
 - 또한 2013년 1분기 판매된 e-Book 중 13%는 개인 작가가 1인 출판한 도서가 차지했으며, 특히 소설이나 로맨스 등을 다루는 장르 소설 부문 e-Book 판매량의 20% 역시 1인 출판 e-Book인 것으로 나타남(The Bookseller, 2013. 7. 6)
- ▶ 1인 출판 e-Book의 판매량이 증가함에 따라 베스트셀러 반열에 오르는 1인 작가가 출현하는 등 성공 사례 역시 빈번히 발생하고 있음
- 특히 범죄 스릴러 작가 John Locke는 1인 출판 e-Book 최초로 100만부 판매를 돌파한

화제의 인물로서, Amazon의 1인 출판 플랫폼 KDP(Kindle Direct Publishing⁷⁾)를 이용해 자신의 범죄 소설을 출판했고, 2010년 Amazon에서 판매된 e-Book 베스트셀러 Top 10에 4권의 작품을 올리는 기염을 토해냈음(The Telegraph, 2011. 6. 21)

그림 18 . 1인 e-Book 출판으로 성공 가도를 달리고 있는 'John Locke'(좌)와 그의 인기 e-Book 작품(우)



출처: Dames of Dialogue(2011, <http://damesofdialogue.files.wordpress.com/2011/04/john-locke-folder-books-pic-s1.jpg>)

- Locke는 이 같은 인기에 힘입어 연간 2,000개 이상의 타이틀을 출간하는 메이저 출판사 Simon & Schuster와 정식으로 종이책 출판 계약을 체결함(The New York Times, 2011. 8. 22)
- 그 외에도 2013년 5월 작가 Darcie Chan의 1인 출판 e-Book 〈The Mill River Recluse〉가 출간 2년 만에 70만 카피의 판매고를 올려 화제가 됐으며, 1인 작가 Elisabeth Naughton의 e-Book 〈Wait for Me〉은 출간 1년 만에 50만 카피의 판매량을 기록하는 등 주목을 받았음(Galleycat, 2013. 5. 2)

7) 1인 작가가 작성한 원고를 Amazon의 e-Reader인 'Kindle' 전용 포맷으로 변환하여 출간할 수 있도록 제공되는 서비스



- ▶ 국내 역시 1인 출판의 핵심 매체로 떠오른 e-Book 이용이 확산되고 있는 상황임
 - 2009년 4.7%에 불과했던 국내 e-Book 독서율⁸⁾은 2012년 기준 14.6%를 기록했으며, 연간 e-Book 구입 비용만 평균 1만 1,804원에 이르는 것으로 확인됨(문화체육관광부, 2013. 6. 13)
 - 또한 국내 독자들은 e-Book 이용 후 종이책 독서나 도서관 이용, 서점 이용 등이 감소한 반면 e-Book을 포함한 독서 시간이 증가한 것으로 확인되고 있음
- ▶ 이에 따라 국내 역시 1인 출판 시장이 태동기를 맞이할 것으로 예상되고 있으며, 출판사와 작가를 중심으로 1인 출판을 활성화하기 위한 전략을 전개하고 있음은 물론 정부 차원의 지원 역시 강화되고 있음
 - 2012년 말 기준 국내 설립된 출판사는 총 4만 여개에 이르는 가운데 이 중 상당수는 1인 출판사인 것으로 추정됨(ZDNet Korea, 2013. 3. 4)
 - 이에 따라 지난 2013년 3월 국내 1인 출판사와 작가들은 마케팅 등 독자적으로 진행하기 어려웠던 업무를 공동으로 진행해 나가기 위해 ‘한국전자출판협동조합’을 설립(전자신문, 2013. 2. 3)
 - 또한 한국출판문화산업진흥원은 2013년 6월 ‘1인 출판사 출판 지원 사업’대상 10곳을 선정하고 각각 500만 원의 출판 제작비를 지원 중임(파이낸셜 뉴스, 2013. 6. 5)

8) 지난 1년 동안 e-Book을 1권 이상 읽은 사람의 비율



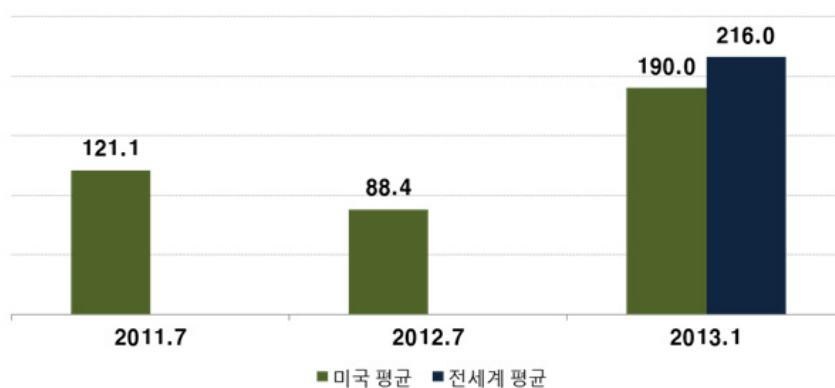
3. 소셜 미디어의 등장으로 新 국면 맞이한 1인 출판 시장

1) 1인 출판 플랫폼의 변화

▶ 소셜 미디어의 대중화는 콘텐츠의 폭발적 생산을 불러 일으켰으며, 콘텐츠 유통 방식에도 변화를 가져오고 있음

- 2011년 일일 평균 88분에 그쳤던 미국 소비자의 소셜 미디어 이용 시간은 2013년 1월 기준 190여분 까지 증가하였음(Marketing Chart, 2013. 1. 9)
- 소셜 네트워킹 서비스 Twitter에서 발생하는 일일 평균 트윗량이 2013년 7월 기준 4억 건에 달하며, Facebook에 업로드 되는 일 평균 이미지가 4억 5,000만 개에 육박하는 등 소셜 미디어 상에서 생산·게시되는 콘텐츠 역시 빠르게 증대되고 있음(DMR, 2013. 7. 23)
- 특히 Facebook이 제공하는 콘텐츠 공유 기능 중 하나인 ‘Like’의 클릭수가 매일 45억 건 가까이 발생하는 등 소셜 미디어를 이용한 콘텐츠 공유가 이미 보편화되고 있음

그림 19. 소셜 미디어의 이용 시간 변화 추이



출처: Nielsen(2012, <http://blog.lib.umn.edu/burn0277/pa5012/documents/The-Social-Media-Report-2012.pdf>)
Marketing Chart(2013, <http://www.marketingcharts.com/wp/wp-content/uploads/2013/01/ipsos-US-Average-SocNet-Time-Spend-Per-Day-Jan2013.png>)



- ▶ 소셜 미디어를 이용한 콘텐츠 생산 및 공유가 일반화됨에 따라 이를 활용한 디지털 콘텐츠 출판 서비스까지 출현함
 - 온라인 상의 방대한 콘텐츠를 자신의 선호나 관심사를 반영해 수집한 뒤 이를 디지털 도서나 잡지 형태로 재편집해 다른 사용자와 공유할 수 있는 소위 소셜 에그리게이터(agggregator) 형태의 서비스가 등장하고 있음
- ▶ 해당 서비스들은 평소 자신만의 책이나 잡지를 만들어보고자 했던 사용자들에게 큰 호응을 얻고 있음
 - 이에 따라 새로운 1인 출판 플랫폼 형태로써 다음과 같은 서비스들이 주목을 받고 있는 상황임

2) 1인 잡지 출판 시대 개막한 ‘Flipboard’의 등장

- ▶ 인터넷 전화 업체 TellMe를 설립했던 Mike McCue와 Apple의 iPhone 개발을 담당했던 Evan Doll은 2010년 7월 업계 최초로 소셜 매거진 애플리케이션 ‘Flipboard’를 공개함(CNN Money, 2010. 7. 22)
 - ‘Flipboard’는 이용자의 Facebook이나 Twitter의 계정에 게시된 콘텐츠를 자동으로 가져와 잡지 형태의 인터페이스로 재구성해주는 서비스를 제공하고 있음
 - ‘Flipboard’의 메인 화면은 9개의 섹션으로 구성되어 있으며, 이 중 두 개의 섹션은 Facebook과 Twitter의 콘텐츠를 게시하는 공간으로 할당됨
 - 나머지 7개 영역에는 ‘섹션 추가(Add a Section)’ 기능을 통해 외부 온라인 미디어 사이트에 업로드 된 IT, 엔터테인먼트, 예술, 생활, 문화 등 다양한 분야의 콘텐츠를 수집해 잡지 형태로 재구성하는 것이 가능함



그림 20. 'Flipboard'의 서비스 이용 화면



출처: Blogtips(2010, <http://www.blogtips.org/flipboard-turns-twitter-and-facebook-into-ipad-magazine/>)

▶ 'Flipboard'를 통해 게재되는 모든 콘텐츠는 이메일 또는 Twitter, Facebook 등 SNS를 통해 곧바로 공유할 수 있음

- 또한 별도로 제공되는 'retweet' 섹션에서 사용자가 제작한 잡지 콘텐츠에 대한 다른 Twitter 이용자의 의견을 확인할 수 있으며, 이용자가 직접 자신의 Twitter 계정으로 로그인해 해당 잡지에 대한 의견을 등록할 수도 있음
- 당시 'Flipboard'는 서비스 개시 후 20분 만에 애플리케이션 다운로드 서버에 과부하가 발생할 정도로 높은 인기를 구가함(CNN Money, 2010. 7. 22)
- 벤처 투자사 Kleiner Perkins Caufield & Byers는 애플리케이션이 출시된 직후 성공 가능성을 인정하며 'Flipboard'에 1,050만 달러의 투자를 단행하기로 결정하였음(Reuters, 2010. 7. 26)
- Apple은 2010년 12월 올해의 iPad 애플리케이션으로 'Flipboard'를 선정함(TechCrunch, 2010. 12. 15)
- 'Flipboard'는 2013년 3월 기준 5,000만 명에 달하는 이용자를 확보하고 있음(paidContent, 2013. 4. 7)

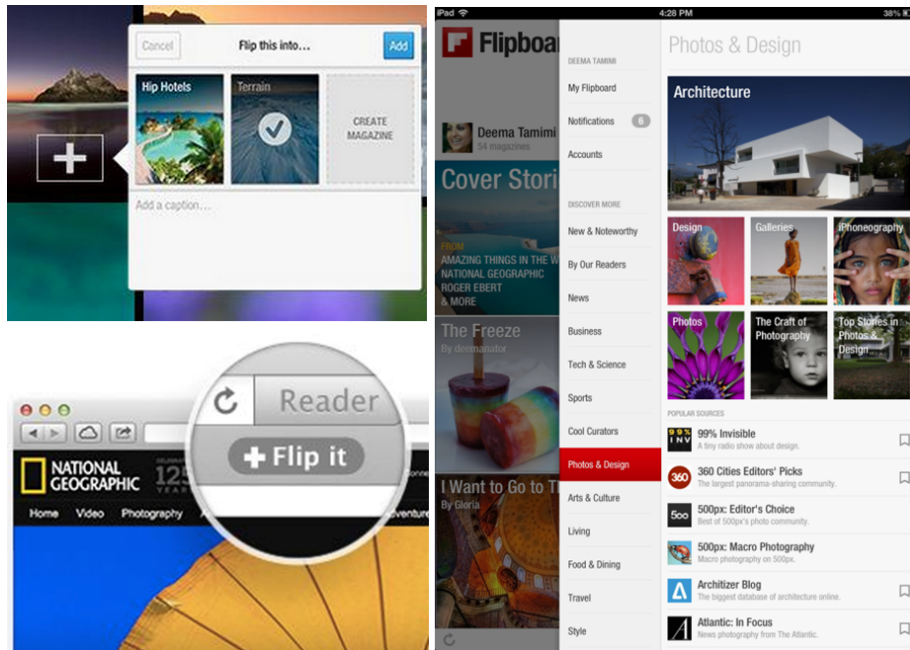


- ▶ 2013년 3월 ‘Flipboard’는 메이저 업데이트를 단행한 새로운 버전 ‘Flipboard 2.0’을 발표함(TechCrunch, 2013. 4. 11)
 - SNS 계정이나 뉴스 사이트 등에서 끌어 온 콘텐츠를 시간의 흐름에 따라 단순히 누적하는 기존의 방식에서 벗어나 이용자들이 임의로 콘텐츠를 수집하고 재가공해 하나의 완성된 잡지를 제작하는 것이 가능해짐
 - 즉, 콘텐츠 작성 및 편집의 자유도를 강화함으로써 ‘Flipboard’는 맞춤형 잡지 제작이 가능한 새로운 출판 플랫폼으로 재탄생한 것임

- ▶ 자신만의 잡지를 제작하길 원하는 사용자는 ‘Flipboard 2.0’이 제공하는 ‘플러스(+)’ 또는 ‘Flip It’ 버튼을 통해 콘텐츠 수집이 가능해짐
 - 사용자가 ‘Flipboard’ 상에서 자신의 잡지에 첨가하고 싶은 텍스트, 이미지, 동영상, 음악 등의 콘텐츠를 발견할 경우 ‘Flipboard’ 화면 하단에 있는 플러스(+) 버튼을 클릭하면 해당 콘텐츠의 스크랩이 가능함
 - 또한 일반 웹 상에서 발견한 콘텐츠의 경우 웹브라우저용 ‘Flipboard’ 애플리케이션이 제공하는 ‘+ Flip It’을 이용해 해당 콘텐츠를 수집
 - 이후 ‘잡지 만들기(Create Magazine)’ 창에서 잡지 제목과 설명을 작성하면 자신만의 잡지가 간단하게 완성되며, 잡지 표지는 ‘Flipboard’가 자동으로 만들어주지만, 잡지 내의 특정 아이템을 선택해 임의로 표지 이미지를 변경하는 것도 가능함

- ▶ 기존 ‘Flipboard’와 마찬가지로 ‘Flipboard 2.0’에서 제작된 맞춤형 잡지는 이메일 및 SNS 계정을 통해 공유 가능하며 해당 잡지의 정기 구독자를 모집할 수도 있음
 - 또한 ‘Flipboard 2.0’은 신규 기능 ‘Flipboard Notifications’을 통해 제작된 잡지와 관련된 다른 사용자들의 평가를 저자에게 자동으로 알려주고 있음
 - 그 외에도 ‘Flipboard’ 내의 정보는 물론, Twitter와 Facebook, Google+, Youtube, Instagram, Flickr 등 각종 SNS와 웹사이트에 있는 정보를 검색할 수 있는 기능을 제공함으로써 사용자의 콘텐츠 확보 용이성을 강화

그림 21. 'Flipboard 2.0'의 맞춤형 잡지 제작 기능 이용 화면



출처: TechCrunch(2013, <http://techcrunch.com/2013/03/26/the-new-flipboard-lets-you-create-your-own-mobile-magazine-adds-search-etsy-and-more/>)

- ▶ 'Flipboard 2.0'은 공개된 지 2주 만에 50만 개 이상의 맞춤형 잡지를 제작하였음(TechCrunch, 2013. 4. 11)
- 또한 해당 기간 동안 300만 명의 신규 사용자가 유입되면서 'Flipboard'의 총 사용자 수는 5,300만 명에 육박하였으며, 'Flipboard' 사용자의 절반 가량이 'Flipboard 2.0'의 새로운 기능을 통해 제작된 잡지를 구독
- 그러나 온라인 상의 콘텐츠를 제외한 사용자의 단말에 저장된 콘텐츠 등을 이용해 잡지를 제작하는 것은 불가능하여, 사용자 단말에 저장된 콘텐츠를 온라인 상에 업로드한 후 이를 다시 'Flipboard'로 다시 가져와 잡지를 제작해야 하는 불편함이 존재하고 있음
- 'Flipboard'는 사용자 단말에 저장된 사진 및 동영상은 잡지에 직접 삽입할 수 있는 기능을 조만간 추가할 예정이라고 언급함(The Wall Street Journal, 2013. 5. 26)



- ▶ 그 외에도 ‘Flipboard 2.0’은 제작된 잡지를 유료로 판매하는 기능도 지원하지 않으며 잡지에 포함된 콘텐츠 안에 광고가 삽입된 경우를 제외하고는 별도로 광고를 삽입하는 것도 불가능함
- ‘Flipboard’의 편집장인 Josh Quittner는 향후 인기가 높은 개인 제작 잡지에 별도로 광고를 삽입하는 방식으로 일반 이용자와의 광고 수익을 배분할 수도 있음을 시사함(The Drum, 2013. 4. 26)
- 또한 광고주가 직접 잡지를 제작해 자사의 콘텐츠 마케팅을 위한 매체로 활용하는 것도 가능할 것이라고 설명 하였음

- ▶ 수익 모델이 뚜렷하지 않음에도 불구하고 ‘Flipboard 2.0’이 가진 멀티미디어 콘텐츠 출판 플랫폼으로서의 가능성과 파급력은 주목받고 있음
- IT 매체 Wired는 음악을 들으면서 뮤지션 인터뷰 기사를 읽을 수 있는 등 ‘Flipboard’가 독자들에게 디지털 고유의 경험을 제공할 수 있는 잡지 출판 플랫폼이라고 설명하였음(Wired, 2013. 4. 2)
- 또한, Twitter나 Facebook 등 SNS를 이용한 잡지 홍보 및 공유 기능을 제공하는 ‘Flipboard’가 콘텐츠 확산을 자극하는 일종의 ‘콘텐츠 네트워크’로서 기능을 수행하게 될 것이라고 언급함
- 언론 매체 Wall Street Journal은 이미 미국의 출판 업체들이 ‘Flipboard’를 이용한 잡지 출판에 관심을 기울이고 있다고 언급함(The Wall Street Journal, 2013. 5. 26)

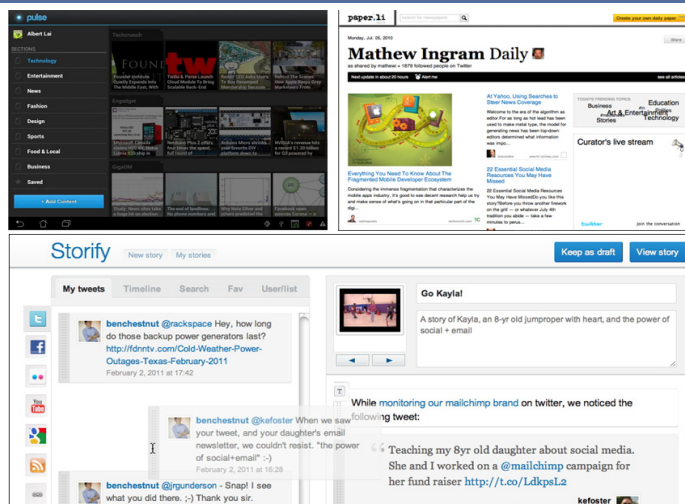
- ▶ 실제 ‘Flipboard’와 같이 소셜 미디어 상의 콘텐츠를 수집하고 이를 잡지로 제작한 후 다른 사용자와 공유할 수 있는 ‘Pulse’와 같은 유사 서비스들 역시 사용자들로부터 높은 호응을 얻고 있음
- SNS 사업자 LinkedIn이 2013년 4월 9,000만 달러의 거액에 인수한 ‘Pulse’는 사용자가 등록한 Twitter, Facebook 계정은 물론 Flickr, Youtube 등 각종 SNS 계정의 콘텐츠와 온라인 언론사의 뉴스를 잡지 형태로 재구성해 사용자에게 제공하고 있음
- ‘Pulse’는 2012년 10월 기준 2,000만 명의 사용자를 확보하며 꾸준한 인기를 모으고 있음(The Next Web, 2012. 10. 31)



▶ SNS 콘텐츠 기반의 맞춤형 신문 제작 서비스 ‘Paper.li’역시 주목받고 있음

- ‘Paper.li’는 자신의 SNS 계정에 게시된 콘텐츠는 물론 특정 키워드에 부합하는 다른 SNS 사용자의 콘텐츠를 수집해 신문 형태의 인터페이스로 구성·제공
- ‘Paper.li’에 자신의 SNS 계정을 등록하면 ‘Paper.li’는 1분 내외로 사용자의 SNS 계정에 포함된 콘텐츠를 분석해 카테고리 별로 구분한 후 신문 형태로 변경
- 2008년 서비스 개시 당시 100만 달러의 투자를 유치했던 ‘Paper.li’는 지금까지 총 520만 달러의 투자를 유치했으며 IT 매체 PCWorld는 신문이라는 익숙한 레이아웃으로 출판이 가능한 ‘Paper.li’가 상당히 매력적인 서비스라고 평가(PCWorld, 2012. 11. 14)

그림 22. 소셜 미디어 콘텐츠를 디지털 출판물 형태로 발간·공유해주는 각종 서비스



출처: Google(2013, <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.alphonso.pulse&hl=en>)

GigaOM(2013, <http://gigaom.com/2010/07/05/paper-li-create-a-newspaper-from-your-twitter-stream/>)

mailChimp(2011, <http://blog.mailchimp.com/storify-integration-with-mailchimp/>)

▶ ‘Storify’ 역시 각종 소셜 미디어 상의 콘텐츠를 모아 재구성해주는 서비스로 화제를 모으고 있음

- ‘Storify’ 역시 소셜 미디어 서비스 상에서 원하는 키워드에 부합하는 콘텐츠들만을 모아 보기 좋게 자동 편집해주는 서비스를 제공하며, 사용자는 ‘Storify’를 실행한 후 좌측 창에 로딩되는 각종 SNS 콘텐츠 중 자신이 원하는 콘텐츠만을 오른쪽 창으로



드래그 해 자신의 홈페이지나 블로그에 포스팅 가능한 콘텐츠로 재구성할 수 있음

- 또한, 콘텐츠를 미리 수집한 후 공개 시기를 사전에 설정해 두면 정기적으로 자신만의 게시물을 발간하는 것이 가능해짐
- ‘Storify’ 사용자는 2012년에만 55만 4,000개의 콘텐츠를 게시했으며 해당 콘텐츠들의 노출 수는 3억 6,700만 회에 달하는 것으로 알려짐(The Next Web, 2012. 10. 31)

3) 협업 출판 서비스 모델 구축한 ‘Medium’

▶ 현재 Google이 운영 중인 블로그 서비스 ‘Blogger’의 개발자이자 Twitter의 공동 창업자인 Evan Williams와 Biz Stone이 설립한 소셜 미디어 업체 Obvious Corporation은 웹 퍼블리싱 플랫폼 ‘Medium’을 2012년 8월 공개함(Fast Company, 2012. 8. 14)

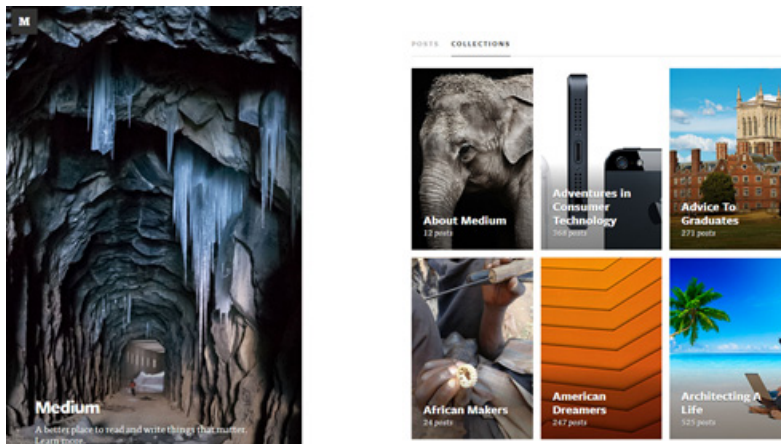
- ‘Medium’은 여타 서비스와 마찬가지로 웹 출판 기능을 제공함과 동시에 협업 개념을 접목함으로써 보다 질 높은 출판 콘텐츠 생산 및 일반 개인의 출판 문화에 대한 거부감을 완화하였음
- ‘Medium’은 사용자들이 ‘Medium’ 사이트에 게시한 이미지나 글을 주제별로 모아 일종의 공동 창작물의 형태로 다시 보여주는 서비스가 핵심임
- 예를 들어 사용자가 ‘Medium’에 올린 게시물은 ‘내가 경험한 일(This Happened to Me)’, ‘여행 중 찍은 사진(Been There, Loved That)’ 등 ‘Collection’ 이라고 불리는 카테고리 별로 자동 분류되어 공개되어 짐

▶ 사용자는 ‘Medium’이 제공하는 전용 편집 기능을 이용해 이미지 및 텍스트가 포함된 콘텐츠를 제작할 수 있음

- 또한 독자는 작성된 콘텐츠의 특정 문단이나 특정 문장을 선택해서 자신의 의견을 자유롭게 첨부할 수 있으며 콘텐츠 저자는 해당 의견의 공개 여부를 선택적으로 결정하는 가능함
- 첨부된 의견은 콘텐츠의 일부로 취급되며 저자가 피드백의 공개를 결정하면 피드백 제공자는 해당 콘텐츠의 공헌자(Thanks to)로서 콘텐츠 제작 명단에 등재되며,

독자들은 게시된 사진이나 글에 대해 선호도를 표시할 수도 있으며, 가장 인기도가 높은 콘텐츠는 신문기사의 헤드라인처럼 ‘Medium’이 분류한 각 해당 카테고리의 상단에 위치하게 됨

그림 23. 협업 출판을 가능한 ‘Medium’의 메인 페이지



출처: Medium(2013, <https://medium.com/collections>)

- ▶ ‘Medium’은 이용 편의성과 가독성 측면에서 좋은 반응을 얻고 있으며, 누적된 콘텐츠 없이도 타 사용자들과의 협력을 통해 자신의 저작물을 신속히 디지털 출판물 형태로 재탄생 시킬 수 있다는 점에서 좋은 반응을 얻고 있음
- 태블릿 PC 기반 광고 사업자 AdGent Digital의 창립자 Cameron Yuill은 ‘Medium의 눈에 띄는 콘텐츠 디스플레이와 편리한 콘텐츠 소비 방식이 모바일 및 태블릿 PC에 적격’이라고 평가(EContent, 2012. 11. 12)
- 디지털 출판 업체 Mag+의 Michael Kazarnowicz는 ‘Medium이 일반 소비자들의 출판에 대한 부담감을 완화시켜주고 있다’고 설명



4) 출판 서비스 ‘Publisher’, 디지털 1인 출판의 수익화 가능성 제시

- ▶ 2013년 3월 일본의 온라인 미디어 업체 The Stories는 유료 정기 구독 서비스 구축이 가능한 소셜 웹진 출판 서비스 ‘Publisher’의 베타 버전을 공개함(PR Times, 2013. 7. 10)
 - ‘Publisher’는 회보, 잡지와 같은 디지털 정기 간행물의 발행을 온라인에서 손쉽게 작성할 수 있도록 지원함과 동시에 협업 서비스와 독자와의 커뮤니티 구축까지 제공하는 디지털 잡지 미디어 제작 플랫폼임
- ▶ ‘Publisher’ 이용자는 별도의 소프트웨어를 다운로드 받을 필요 없이 온라인상에서 제공되는 웹 매거진 제작 툴을 통해 자신이 원하는 잡지를 제작하는 것이 가능해짐
 - 잡지 디자인은 자신이 원하는 대로 고안할 수 있음은 물론 ‘Publisher’가 제공하는 디자인 템플릿의 적용도 가능하며, 발행된 잡지는 ‘Publisher’의 자체 서버에 저장되며 별도의 고유 번호가 부여되므로 사용자는 과거에 작성된 잡지라 하더라도 쉽게 찾을 수 있음
 - 저자가 ‘Publisher’를 통해 잡지를 발행하게 되면 ‘Publisher’는 자동적으로 해당 잡지와 관련된 커뮤니티 페이지를 제공하며, 해당 커뮤니티를 이용해 잡지 발행을 독자들에게 알리거나 해당 잡지에 대한 피드백을 수렴할 수 있음
 - 저자는 커뮤니티 페이지가 제공하는 독자 관리 기능을 이용해 잡지 홍보 등 다양한 마케팅 활동을 전개하는 것이 가능
- ▶ 보다 대규모의 잡지 출판을 원하는 사용자를 위해 ‘Publisher’는 팀 단위의 잡지 편집 기능도 제공
 - 잡지 발간을 총괄하는 관리자가 협력을 원하는 ‘Publishers’ 사용자를 미리 지정해두면 해당 사용자들은 잡지 제작 페이지에 대한 자유로운 접근이 가능
 - ‘Publisher’의 가장 큰 특징은 특정 독자만이 읽을 수 있는 비공개 콘텐츠를 미리 설정해 둘 수 있다는 점
 - 독자들에게 디지털 잡지를 발송한 후 특정 콘텐츠에 대해서는 저자가 미리 설정해 둔 독자의 접근만을 허용하는 것이 가능

- ▶ 해당 기능은 개인이 제작한 디지털 잡지라 하더라도 충분한 독자만 확보할 수 있다면 프리미엄 서비스를 통해 실질적인 수익 확보가 가능함을 의미함
- 실제 ‘Publisher’는 매월 100엔에서 1만엔 범위 내에서 1엔 단위로 구독료를 설정할 수 있는 기능을 제공
- 신용 카드를 이용한 자동 과금 서비스 등 자체 결제 서비스를 제공하고 있으며 구독료의 20% 및 결제 1건당 30엔의 수수료를 ‘Publisher’가 확보
- 잡지 제작자는 최대 2개월 간의 무료 가입 기간 설정 등 다양한 구독 옵션 설정이 가능하며 정기 구독 서비스를 신청한 잡지가 실제 발간되지 않을 경우에는 구독료가 청구되지 않음

그림 24. ‘Publishers’를 이용한 잡지 제작 과정(위) 및 실제 완성된 잡지(아래)



출처: Publisher(2013, <http://publishers.fm/guide/>)



- ▶ The Stories는 디지털 잡지 콘텐츠를 지속적으로 출간하기를 원하는 개인 미디어 사업자에게 ‘Publisher’가 새로운 대안이 될 것이라고 설명함(PR Times, 2013. 7. 10)
- 또한 커뮤니티라는 소셜 미디어 본연의 기능이 결합되었기 때문에 독자 반응을 확인하기 어려운 종이 출판 대비 피드백 수렴과 콘텐츠 품질 개선이 보다 용이하다고 강조함
- The Stories는 ‘Publisher’의 적극적인 수요 확보 및 해외 진출을 통해 2016년 까지 자사 연 매출을 10억 엔 수준까지 끌어 올릴 것이라고 언급



4. 1인 출판 시장, 소셜 미디어와의 결합으로 대중화 가속화

- ▶ 1인 출판 e-Book 전용 마켓 플레이스의 출현은 물론 1인 출판 e-Book 판매 수수료를 경쟁적으로 인하하는 등 1인 출판의 보급을 위한 인프라 환경은 빠른 속도로 개선 중임
 - 1인 출판 작가를 위한 e-커머스 플랫폼 ‘Selfy’는 1인 출판 e-Book 최대의 마켓 플레이스인 Amazon의 1/6에 불과한 5%의 수수료를 책정하며 화제(TechCrunch, 2011. 12. 29)
 - IT 매체 TechCrunch는 Selfy뿐만 아니라 Gumroad 등 다양한 사업자들이 e-Book은 물론 음악이나 동영상, 사진 등 1인 콘텐츠 생산 기업을 위한 마켓 플레이스를 제공하고 있다고 설명
 - 이에 따라 인지도가 낮은 콘텐츠 생산자라 하더라도 다양한 판매 경로를 통해 창작 활동을 수행할 수 있다고 강조
- ▶ 여기에 소셜 미디어라는 새로운 매체가 등장함에 따라 1인 출판에 대한 접근성은 더욱 낮아지고 있음
 - ‘Flipboard’ 등 새로운 형태의 소셜 미디어 서비스는 아직까지 완전한 출판 기능을 보유하고 있지 못하지만 개인 단위의 콘텐츠 생산에는 긍정적인 영향을 미치고 있음
 - 또한 유사 서비스의 등장 및 사용자들의 수요 증대는 도서나 잡지 콘텐츠의 소비 행태가 변화하고 있음을 시사
 - 따라서 일본의 ‘Publisher’와 같이 구체적인 수익 확보 방안이 마련될 수 있다면 ‘Flipboard’와 같은 소셜 미디어와 결합된 출판 플랫폼의 1인 작가 참여가 급증할 수 있음
 - 특히 이들 서비스는 기획부터 편집, 콘텐츠 수집과 생산 등 일련의 출판 과정을 보다 단순·간편화하고 소셜 미디어를 통한 신속한 콘텐츠 공유를 실현했다는 점에서 일반 소비자들의 1인 출판 시장 진입 문턱을 낮출 것으로 보임

참고문헌

- ZDNet Korea(2013. 3. 4). 전자책, 협동조합에서 희망의 싹 틔운다. Available at http://www.zdnet.co.kr/news/news_view.asp?article_id=20130304125205
- 문화체육관광부(2013. 6. 13). 2012년 전자책 독서실태조사. Available at http://www.mcst.go.kr/web/s_data/research/researchView.jsp?pSeq=1520



- 전자신문(2013. 2. 3). 1인 출판사와 작가들 모여 '전자책 협동조합' 만든다. Available at http://www.etnews.com/news/contents/contents/2715993_1487.html
- 파이낸셜 뉴스(2013. 6. 5). 불황 속 '1인 출판사 지원사업'에 출판사 몰려. Available at http://www.fnnews.com/view?ra=Sent1301m_View&corp=fnnews&arcid=13060514272710&cDateYear=2013&cDateMonth=06&cDateDay=05
- Bowker(2012. 10. 24.). Self-Publishing Sees Triple-Digit Growth in Just Five Years, Says Bowker®. Retrieved at http://www.bowker.com/en-US/aboutus/press_room/2012/pr_10242012
- Business Insider(2010. 7. 29). The Inside Story: Flipboard's Crazy Launch And Its Plan To Save Media. Retrieved at <http://www.businessinsider.com/flipboard-ceo-mike-mccue-2010-7?op=1>
- Cinda Fernando(2012. 5. 31). Mo' Indie, Mo' Money: Can You Make a Decent Income by Self-Publishing?. Retrieved at <http://cindafernando.com/2012/self-publishing/earning-income-self-publishing/>
- CNN Money(2010. 7. 22). Flipboard, the first social magazine, makes its debut. Retrieved at <http://tech.fortune.cnn.com/2010/07/22/flipboard-your-own-digital-magazine-debuts/>
- CNN Money(2010. 7. 23). Flipboard hype crashes iPad app's servers. Retrieved at <http://money.cnn.com/2010/07/22/technology/flipboard/index.htm>
- DMR(2013. 7. 21). (July 2013) By The Numbers: 20 Amazing Twitter Stats. Retrieved at <http://expandedramblings.com/index.php/march-2013-by-the-numbers-a-few-amazing-twitter-stats/>
- DMR(2013. 7. 24). (August 2013 Update) By The Numbers: 39 Amazing Facebook Stats. Retrieved at <http://expandedramblings.com/index.php/by-the-numbers-17-amazing-facebook-stats/>
- Econtent(2012. 11. 12). Can Medium Change the Digital Publishing Paradigm?. Retrieved at <http://www.econtentmag.com/Articles/News/News-Feature/Can-Medium-Change-the-Digital-Publishing-Paradigm-85942.htm>
- Engadget(2007. 11. 21). Kindle sells out in 5.5 hours. Retrieved at <http://www.engadget.com/2007/11/21/kindle-sells-out-in-two-days/>
- Fast Company(2012. 8. 14). Twitter Cofounders Unveil Medium, A Publishing Platform That Feels Like Tumblr And Looks Like Pinterest Retrieved at <http://www.fastcompany.com/3000434/twitter-cofounders-unveil-medium-publishing-platform-feels-tumblr-and-looks-pinterest>
- Galleycat(2013. 5. 2). How Many Copies Make a Self-Published Bestseller?. Retrieved at http://www.mediabistro.com/galleycat/how-many-copies-make-a-self-published-bestseller_b69711
- How Publishing Works(2009. 8. 26). Sales Statistics: iUniverse. Retrieved at <http://howpublishingreallyworks.blogspot.kr/2009/08/sales-statistics-iunivers>



e.html

- Just Creative(2012. 5. 1). Digital vs Traditional Offset Printing: Pros & Cons. Retrieved at <http://justcreative.com/2012/05/01/digital-vs-traditional-offset-printing/>
- Marketing Research(2013. 1. 9). Social Networking Eats Up 3+ Hours Per Day For The Average American User. Retrieved at <http://www.marketingcharts.com/wp/interactive/social-networking-eats-up-3-hours-per-day-for-the-average-american-user-26049/>
- PA 5012(2013. 5. 12). Social Media. Retrieved at <http://blog.lib.umn.edu/burn0277/pa5012s2013s004/2013/03/social-media.html>
- paidContent(2013. 4. 7). Flipboard is a giant iceberg lurking in the path of the media. Retrieved at <http://paidcontent.org/2013/04/07/flipboard-media-doom/>
- PCWorld(2012. 11. 14). Review: Paper.li creates your personalized online newspaper. Retrieved at <http://www.pcworld.com/article/2013965/review-paper-li-creates-your-personalized-online-newspaper.html>
- Pew Internet(2012. 12. 27). E-book Reading Jumps; Print Book Reading Declines. Retrieved at <http://libraries.pewinternet.org/2012/12/27/e-book-reading-jumps-print-book-reading-declines/>
- PR Times(2013. 3. 12). 本格的ウェブマガジンを簡単作成、ソーシャルパブリッシングツール「Publishers (パブリッシャーズ)」がサービス開始. Retrieved at <http://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000006918.html>
- PR Times(2013. 7. 10). ウェブマガジン発行サービス「Publishers (パブリッシャーズ)」に、有料マガジン発行機能が追加. Retrieved at <http://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000002.000006918.html>
- Reuters(2010. 7. 26). Flipboard raises \$10 million for iPad magazine app. Retrieved at <http://www.reuters.com/article/2010/07/26/us-peweek-earlystage-flipboard-idUSTRE66P5SE20100726>
- TechCrunch(2010. 12. 15). 2010's iPad App Of The Year, Flipboard, Solidifies Its Crown With Massive Update. Retrieved at <http://techcrunch.com/2010/12/15/flipboard/>
- TechCrunch(2011. 12. 29). Amazon: We Sold Over 4 Million Kindle Devices This Month; Gifting Of E-Books Up 175 Percent. Retrieved at <http://techcrunch.com/2011/12/29/amazon-we-sold-over-4-million-kindle-devices-this-month-gifting-of-e-books-up-175-percent/>
- TechCrunch(2013. 4. 11). Flipboard Adds 3 Million Users Since Launch Of Personalized Magazines, Over 500,000 Magazines Created To Date. Retrieved at <http://techcrunch.com/2013/04/11/flipboard-adds-3-million-users-since-launch-of-personalized-magazines-over-500000-magazines-created-to-date/>
- TechCrunch(2013. 5. 26). The New Flipboard Lets You Create Your Own Mobile Magazine, Adds Search, Etsy And More. Retrieved at <http://techcrunch.co>



m/2013/03/26/the-new-flipboard-lets-you-create-your-own-mobile-magazine-adds-search-etsy-and-more/

- The Bookseller(2013, 7, 6). Bowker: self-published e-books 12% of sales. Retrieved at <http://www.thebookseller.com/news/bowker-self-published-e-books-12-sales.html>
- The Drum(2013, 4, 26). Flipboard's Josh Quittner: 'The creator is still more valuable than the curator'. Retrieved at <http://www.thedrum.com/news/2013/04/26/flipboards-josh-quittner-creator-still-more-valuable-curator>
- The New York Times(2011, 8, 22). E-Book Author Signs Print Deal With Simon & Schuster. Retrieved at http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2011/08/22/e-book-author-signs-print-deal-with-simon-schuster/?_r=1
- The Next Web(2012, 10, 31). Pulse passes 20 million users and launches monthly 'Insights' reports into news-reading trends. Retrieved at <http://thenextweb.com/media/2012/10/31/pulse-passes-20-million-users-and-launches-monthly-insights-reports-into-news-reading-trends/>
- The Next Web(2012, 12, 19). Storify users posted 554,000 stories in 2012 which were viewed 367 million times. Retrieved at <http://thenextweb.com/insider/2012/12/19/storify-users-in-2012-posted-554000-stories-which-were-viewed-367-million-times/>
- The Telegraph(2011, 6, 21). Self publishing writer becomes million seller. Retrieved at <http://www.telegraph.co.uk/culture/books/booknews/8589963/Self-publishing-writer-becomes-million-seller.html>
- The Wall Street Journal(2013, 5, 26). New Flipboard: News and Posts Handpicked and Shared. Retrieved at http://online.wsj.com/article/SB10001424127887324105204578384512070576672.html?mod=WSJASIA_hps_MIDDLESeventhNews
- Wired(2013, 4, 2). 進化したFlipboard 2.0: キュレーション新機能で誰もが雑誌編集者?. Retrieved at <http://wired.jp/2013/04/02/flipboard-update/3/>

용어정리

e-Book

국내에서는 전자책(電子冊)으로 불리기도 하며 도서의 내용을 디지털 정보로 가공하고 저장한 출판물을 통칭.

Ex) 스마트폰, 태블릿 PC 등의 기기화면으로 책 전문 등을 PDF등의 형태로 이용하는 콘텐츠

애그리게이터(aggregators) 서비스

콘텐츠 제작을 담당하는 CP(Content Provider)와 최종소비자에게 콘텐츠를 유통시키는 포털의 중간단계에 위치한 서비스.

Ex) Wikipedia나 Flickr와 같은 개인들이 정보를 올리고 수정한 정보와 사진을 기반으로 서비스를 제공하는 것