

영자 인터넷 신문기반의 지식컨텐츠와 전자상거래 포털사이트 전략

이창수(강릉대학교)

이종영(디지털 코리아헤럴드 내외경제신문)

초 록

인터넷의 보급과 국제화의 확산으로 영자 인터넷신문의 활용방안에 대한 연구가 활발하게 이루어지고 있다. 인터넷 신문이 기존 활자 신문의 보조매체의 한계를 뛰어넘어 독립매체로서의 위상을 확보해 감에 따라 인터넷의 특성을 살린 영자인터넷 신문의 제작 전략이 절실히 요구되고 있는 실정이다. 국내에서 서비스 되고 있는 영자 인터넷 신문의 현황을 파악하고 영자 인터넷 신문의 특징과 장단점을 분석하여 영자 인터넷 신문의 제작방향을 제시한다. 또한 현재 영자 인터넷 신문의 부가서비스와 컨텐츠를 기반으로 부가서비스의 다양화와 컨텐츠의 지식기반화를 통하여 국내 컨텐츠의 국외 접근성에 대한 정성적인 분석을 실시하였다. 국내에서 만들어지는 영어 컨텐츠라는 장점을 최대한 활용하여 외국인에 대한 국내 포털 사이트로의 확대 전략과 온라인 상거래 기반의 영문종합쇼핑몰 구성방안을 제시한다.

발표내용

- ◆ 인터넷 신문의 현황
- ◆ 국내 인터넷 신문 서비스 현황
- ◆ 인터넷 신문의 장단점
- ◆ 인터넷 신문의 미래
- ◆ 인터넷 신문의 제작
- ◆ 외국인을 위한 대한민국 포털사이트
- ◆ 영문종합 쇼핑몰 구축 전략

인터넷 신문의 현황

- ◆ 1994년 LA Times, Washington Post
- ◆ 뉴욕타임즈 무료등록서비스 열람자 : 6백만명
- ◆ WSJ 인터넷 신문 유료가입자 26만 6천 (전년대비 50%증가)
- ◆ 온라인 인구의 70%가 뉴스접속(AOL)
- ◆ 인터넷 신문수 : 3,600여개

국내 인터넷 신문 서비스 현황

신문명	PC통신 서비스	인터넷 서비스	DB보유	인포샷 서비스	색인/검색 시스템	자체PC통신 서비스
경향신문	○	○	90년 이후	○	미보유	
국민일보	○	○				
동아일보	○	○				
매일경제	○	○	88.11 이후		미보유	○
문화일보	○	○				
대한매일	○	○				
세계일보	○	○				
조선일보	○	○				
중앙일보	○	○	89년 이후	○	보유	○
한겨레신문	○	○				
한국경제	○	○	88.9 이후		보유	○
한국일보	○	○				

인터넷 신문의 장단점

◆ 장점

속보성, 선별성, 시·공간 제한 극복, DB, 멀티미디어, 지면 제한 극복, 독자와의 양방향성, 주문형 신문, Hypertext

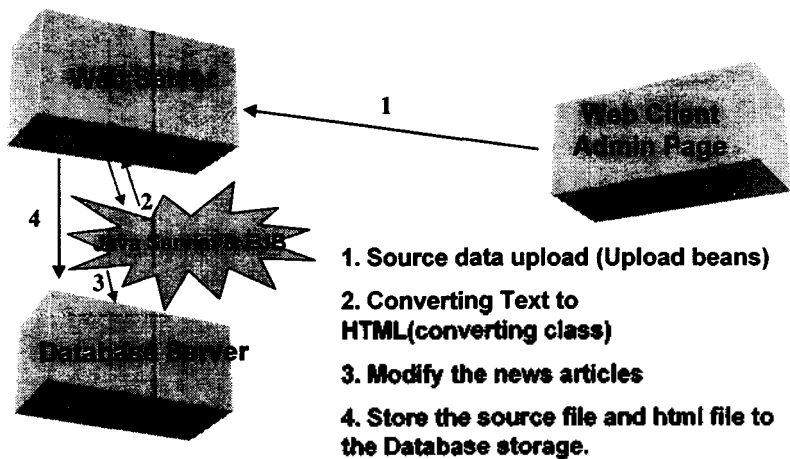
◆ 단점

접속비용, 가독성, 전체 Browsing, On-line에서만 가능

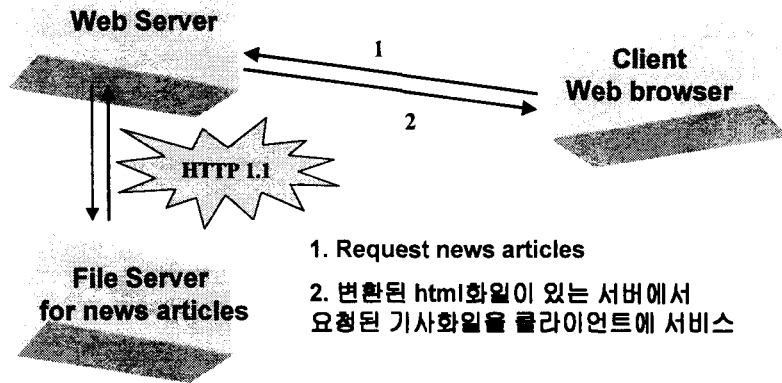
인터넷 신문의 미래

- ◆ 보조매체로서의 한계 극복
- ◆ 지적자산과 지식산업으로 확대
- ◆ 한국에서의 영문 콘텐츠 확보
- ◆ 한국을 대표하는 영문 종합 쇼핑몰

인터넷 신문의 제작(Web based Administration)

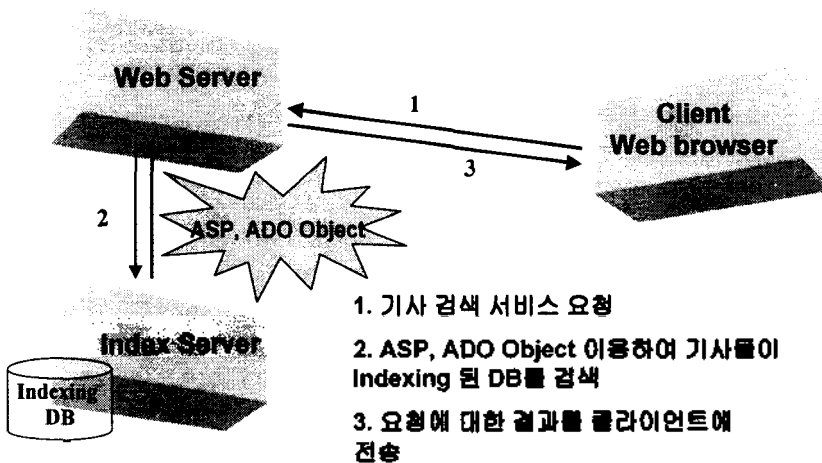


인터넷 신문의 제작(Basic Service)



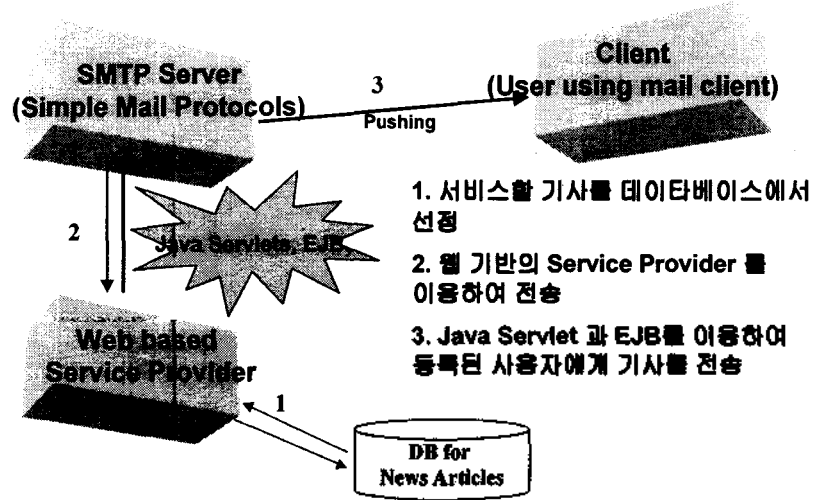
1. Request news articles
2. 변환된 html화일이 있는 서버에서 요청된 기사화일을 클라이언트에 서비스

인터넷 신문의 제작(Search Service)



1. 기사 검색 서비스 요청
2. ASP, ADO Object 이용하여 기사물이 Indexing 된 DB를 검색
3. 요청에 대한 결과를 클라이언트에 전송

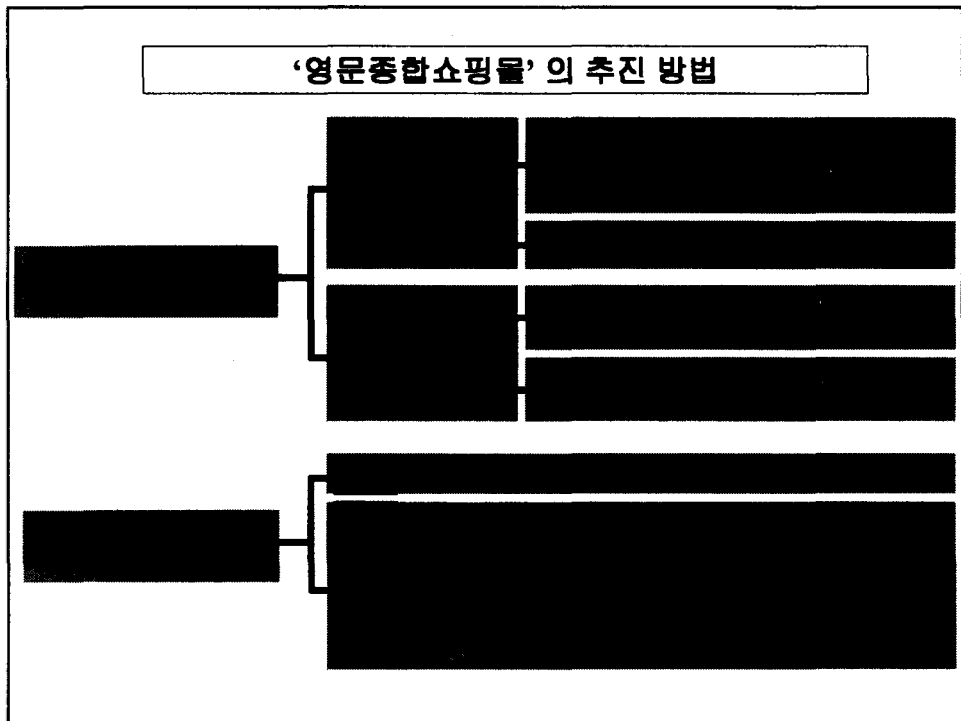
인터넷 신문의 제작(Pushing Service)



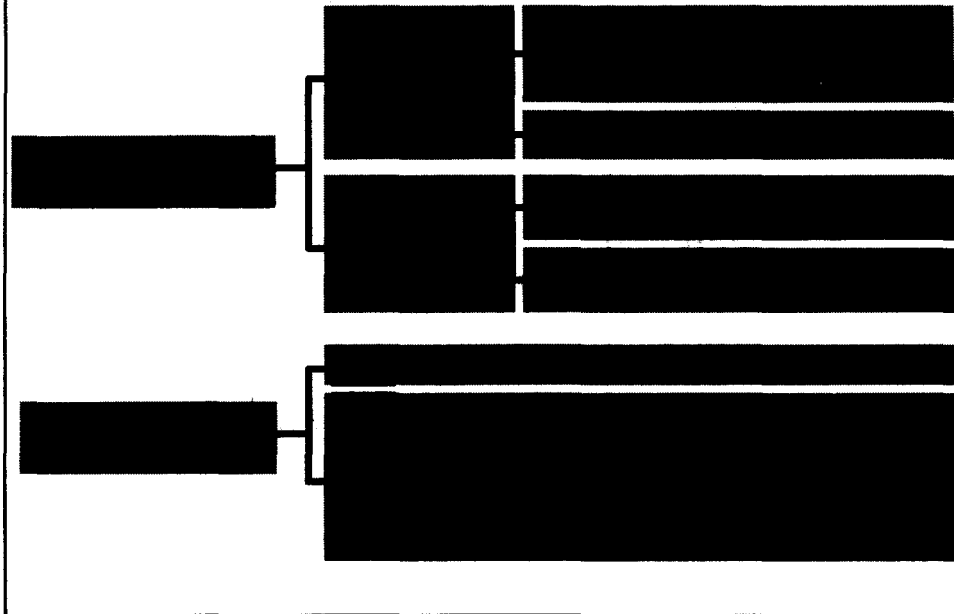
외국인을 위한 대한민국 포털 사이트

- ◆ 기사
- ◆ 부가정보

'영문종합쇼핑몰'의 추진 배경	
필요성	
현황	
문제점	



‘영문종합쇼핑몰’의 추진 방법



‘영문종합쇼핑몰’의 추진 내용

쇼핑몰 시스템 구축

- 지불은 사용자의 편의성을 고려하여 신용카드, TT, L/C, 직접 정축 등 다양한 옵션을 제공하여 온라인 거래와 오프라인 서비스를 병행하여 제공
- 배송은 쇼핑몰 운영주체가 총괄적 계획하여, 일괄적으로 국외 배송함

상품 목록 확보

- 대한민국 대표 전자쇼핑몰의 전제하에 국내 제품 전 품목소개를 원칙으로, 제품소개와 거래의 연계에 초점
- 유망제품과 혁신물의 거래를 특화하여 쇼핑몰의 특색을 구비

서비스

- 제품 분류별 및 회사별 디렉토리 서비스
- 기본 검색 및 대화형 검색 서비스
- 무취형태의 제품 소개 및 견적 서비스
- Off-line 상담 연계
- 중고 및 재고 연계
- 소규모거래의 지원

결론

- ◆ 부가 서비스 확대
국내 중소기업 홍보 사이트, 무역정보 제공, 학교, 학원정보, 스포츠, 영화 서비스, 전자상거래, 벤처마킹 서비스, 유료 영어 전문 서비스, 자료실, 국제결혼 정보 서비스, 인터넷 경매 서비스, 멀티미디어 서비스, 증권 정보, 의료정보 서비스, 캠퍼스 정보 서비스, 인터넷 방송.....
- ◆ 해외 홍보 활동 강화
- ◆ 이용자 성향 파악을 위한 원투원 웹 마케팅 도입