

인터넷 서점의 주제별 분류체계에 관한 연구

A study on subject classification schemes of the internet bookstores

정연경, 이화여대 문헌정보학 전공 교수

Chung, Yeon-Kyoung, Associate Professor,

Library and Information Science Major, Ewha Womans University

인터넷 서점에서 사용자를 위한 정보자료의 효율적인 조직화는 매우 중요하다. 그러므로 주제 접근을 용이하게 하고 검색 효율성을 높이는 도구로서 분류체계에 대한 관심을 갖어야 할 시점이다. 본 연구에서는 국내외 인터넷 서점의 분류체계의 대분류 항목 및 접근 방법을 구조적 측면을 통해 조사하고 이에 대한 비교 분석을 통해 인터넷 서점에서 보다 효과적인 주제별 분류체계 구성방안에 관해 살펴보았다.

1. 서론

인터넷 쇼핑은 매장을 찾지 않고 집에서 컴퓨터의 마우스를 클릭으로 원하는 물건을 배달받을 수 있는 편리한 쇼핑채널이다. 서적은 식품이나 패션용품, 전자제품에 비해 직접 확인해 볼 필요가 덜하기 때문에 사이버 상에서 이용자의 호응도가 높은 품목이다. 그래서 인터넷 비즈니스의 가능성을 일깨워준 기업도 인터넷 서점인 아마존이며 이는 서적만큼 규격화되어 있고 유통단축으로 할인폭이 큰 상품이 없다는 것을 보여주는 것이다.

인터넷 서점은 인터넷으로 고객의 주문을 받아 택배나 우편으로 서적을 배달해 주는 서점으로 기존의 일반 서점과는 달리 점포 관리, 배달 비용, 재료 부담 등이 없는 강점을 이용하여 기존 독자층을 빠르게 장악해 가면서 재래식 서점의 존립까지 위협하고 있다. 이러한 인터넷 서점의 성공 원인은 다음과 같이 구분할 수 있다. 첫째, 서점에 직접 가지 않고 필요

한 자료를 검색하고 주문하려는 편리 위주의 소비자 욕구가 늘어나기 때문이다. 둘째, 도서는 상품과 가격이 규격화되어 있어 직접 확인을 거치지 않아도 소비자가 쉽게 믿고 선택할 수 있는 상품이며 물류비를 감소시켜 도서를 할인 판매하므로 고객의 입장에서 싸게 구할 수 있다. 셋째, 오프라인 서점보다 더 풍부한 도서 정보를 갖추고 있으며 강력한 검색 기능, 주문 기능, 관련 정보를 제공할 수 있다.(최원태, 박미연 1998)

2000년 6월 현재 국내에 이미 50여개의 온라인 서점이 생겨났고 책을 파는 코너가 마련된 사이트까지 합치면 300개가 넘는다.(중앙일보 2000. 6. 12) 교보문고, 종로서적, 영풍문고 등 대형서점을 비롯해 출판사들이 자체 사이트를 통해 책을 판매하고 있으며, 인터넷 전문 서점 외에 인터넷 쇼핑물들도 별도의 서적 코너를 신설 확대하는 추세이다. 그러나 활발한 판매를 하는 사이트는 10여개 정도로 압축할 수 있다. 이들 인터넷 서점을 운영목적으로 구분해보면 교보문고나 종로서적같이 기존 대형 서점

의 전자상거래용 인터넷 쇼핑몰로 구축한 곳과 와우북이나 키드북 같이 전문 분야의 서적을 취급하는 곳, YES24나 알라딘과 같이 신간 리뷰를 중심으로 한 곳 등으로 나눌 수 있다.

인터넷 서점은 할인된 가격 판매, 책목록 소개, 다양한 서평 등 책 관련 정보 제공, 독후감을 올릴 수 있는 게시판, 책 구입 시간 절약, 저렴한 배송료, 신용카드 결제, 독서 커뮤니티 구성, 웹진 창안, 도서 미리 보기 서비스, 도서 예약 판매 서비스, 저자가 직접 사인한 책의 선착순 판매, 인터넷 장편 소설 연재, 오프라인 저자와의 만남, 환불보장 서비스, 마일리지 보상제도 등 콘텐츠 개발에 박차를 가하고 있다. 대부분의 서비스가 평준화되면서 극심한 경쟁이 이루어지고 있기 때문에 업체별 특성화 및 차별화가 빠르게 진전될 수밖에 없다. 그러나 무엇보다도 독자의 반응, 고객 구입 성향을 파악하는 이용자 서비스를 제공하는 것이 중요하다. 그러므로 찾고자 하는 책을 가장 빨리 신속하게 찾아서 보여주는 것은 바로 매출 신장을 가져올 수 있다. 책값의 거품을 더 낮고 본격적인 가격 할인 경쟁과 전문 분야별로 쉽게 책을 찾을 수 있도록 다양하게 분류해 놓는다면 정가대로 팔며 책으로의 접근이 다양하지 못한 오프라인 서점의 발목을 잡을 가능성이 높다. 그러기 위해서는 사용자 중심의 책을 분류하고 다른 사이트에 비해 빠른 검색이 이루어지도록 해야 한다.

본 연구에서는 국내외 인터넷 서점을 대상으로 도서 검색에 있어서 대분류 항목이 어떻게 구성되어있는지 비교함으로써 보다 사용자 중심의 정보 분류를 통해 이용자 서비스의 질을 향상시키고자 하는데 목적이 있다. 그러므로 브라우저 검색에서 주제 분류된 카테고리를 바탕으로 관련 주제에 대한 자료를 찾는 데 있어서 어떤 항목들이 공통적으로 사용되고 있는지 분석하였다. 본 연구의 대상이 된 인터넷 서점은 국내 서점인 교보문고, 종로서적, YES24,

알라딘, 국외서점인 Amazon, Barnes & Noble, Internet Book Shop: iBS로 이들 서점의 대분류 항목을 중심으로 비교 분석하고 그 공통점과 차이점을 살펴보았다.

2. 본론

2.1 국내 인터넷 서점

교보문고(<http://www.kyobo.co.kr>)는 50만종 200만 권에 대한 정보를 제공하고 있는 서점으로 검색에 가보면 분야별 찾기가 있다. 24개의 대분류 항목은 가정/가사/여성, 경제/경영, 관광/여행, 교육학, 기술공학, 문학, 미술/사진, 사진/잡지, 사회학/민속학, 수험서, 순수과학, 스포츠/취미실용, 어린이, 어학, 역사/전기, 연극/영화, 의학, 음악, 정치학/법학, 종교, 종교학습서, 철학, 총류/참고류, 컴퓨터로 나뉘어진다.

종로서적(<http://book.shopping.co.kr>)은 20만종 180여만 권에 대한 정보를 제공하고 있는 서점으로 분류별 책찾기에는 11개의 대분류 항목인 인문, 종교, 사회, 자연, 기술, 예술, 언어, 문학, 총류, 아동/학습, 외서로 구분하고 있다.

YES24(<http://www.yes24.com>)는 다빈치라는 명칭으로 처음 인터넷 서점을 시작한 곳이다. YES24에서는 분류검색을 선택하면 주제별로 도서를 검색할 수 있다. 대분류 항목으로는 총류/사전류, @종합교양지/잡지, 인문, 종교, 사회, @증권/주식/복권, 순수과학, 응용과학, @컴퓨터, 문학, 문화/예술, @성(性), 언어, @영어, 학습/교육교재, @어린이(초등학생), 만화라는 17개 주제로 이루어져 있다. @표시가 되어있는 주제는 분류 항목간 이동과 같은 것으로서 유사한 주제간의 하이퍼링크 이동을 가능하게 하여 주제별 접근의 단점을 극복할 수 있다. @가 있는 대분류의 5개의 주제는 각기 중분류에 해당하는 주제이지만, 이용률이나 구입률이 높은 이유로 대분류상에 놓였다.

알라딘(<http://www.aladdin.co.kr>)은 20만종의 데이터베이스와 편리한 검색과 분류를 장점으로 들고 있는데 주제별 책찾기 메뉴는 디렉토

리 검색엔진의 분류방식과 비슷한 화면을 갖고 있다. 주제별 책찾기의 대분류는 가정, 건강, 경영/비즈니스, 고전, 과학기술, 대중문화, 문학, 사회과학, 어린이, 여행/취미, 역사, 예술, 외국어, 인문학, 자기개발, 종교/역학, 좋은 부모, 지구촌정보, 청소년, 컴퓨터/인터넷, 휴먼스토리로 21개 항목이다.

국내 인터넷 서점에서 분야별 접근을 살펴보면 교보문고와 알라딘은 대분류 항목 아래에 바로 중분류나 세부 항목들을 공간의 제약으로 인해 부분적이지만 나열하고 있어서 항목 명칭만으로 개념을 파악하기 어려운 경우, 단순히 대분류 항목만을 제시한 종로서적이거나 YES24에 비하면 항목 선택에 있어 오류를 범할 확률이 낮다고 할 수 있다. 대분류 항목의 수를 보면 종로서적은 전체 분야를 매우 크게 나누어 중분류와 소분류에서 상당히 많은 항목을 갖고 있다. 이에 비해 교보문고는 24개, 알라딘은 21개, YES24는 17개로 대분류 항목을 많이 만들어서 이용자들이 화면을 많이 바꾸지 않아도 원하는 자료를 찾을 수 있게 하였다. 모두 기존의 도서관에서 사용하는 십진분류법이 아닌 복수분류체계를 적용하였으며, 자기개발, 좋은 부모, 휴먼스토리 등 독자 지향의 새로운 분류항목을 과감하게 채택하였다. 그러나 과학기술, 사회과학, 인문학 등 기존의 학문분류법과 어린이, 청소년, 좋은 부모 등의 이용자별 분류항목까지 적용하고 있어서 한편으로는 매우 혼란스럽다. 특히 대중문화, 자기개발, 건강 등은 자료 구입률이 높은 항목이므로 대분류에 배치한 듯 하며 자기개발(처세술)과 같은 쉽게 다가설 수 있는 용어를 써서 사용자에게 친근감을 주고 있다. 대분류 항목의 수가 많게 하여, 대체로 2단계인 중분류에서 더 세분하지 않도록 하였으며 십진식으로 분류항목의 숫자가 제한되어 있지 않으므로 중분류에 보다 많은 항목을 배치하고 있었다. 자료가 여러 주제를 다루므로 여러 개의 분류 항목에 중복하여 위치

하는 경우가 많았는데 이 경우, YES24는 @로 유사한 주제간의 이동을 보여주는 하이퍼링크의 표식을 따로 부여하였으나 사용자에게는 별 의미가 없을 것 같았다. 4개의 인터넷 서점에서 공통적으로 사용하고 있는 대분류 항목은 8개로 종교, 사회, 자연(순수과학), 기술, 예술, 언어(어학, 외국어), 문학, 아동(어린이)이었으며 학문, 자료형태, 자료이용대상, 자료이용목적에 따른 분류항목명이 전반적으로 같이 사용되었다.

2.2 국외 인터넷 서점

Amazon(<http://www.amazon.com>)은 세계 최대의 인터넷 서점으로 260만종에 대한 정보를 제공하고 있다. Browse subjects를 보면 Art & Architecture, Audiobooks, Audio downloads, Bargain Books, Biographies & Memoirs, Business & Investing, Children Books, Christian Books, Computers & Internet, Cooking, Food & Wine, Entertainment, Gay & Lesbian(New), Health, Mind & Body, History, Home & Garden, Horror, Large Print, Language & Fiction, Mystery & Thrillers, Nonfiction, Oprah, Outdoors & Nature, Parenting & Families, Professional & Technical Reference, Religion & Spirituality, Romance, Science, Science Fiction, Small-Press Advantage, Spanish Language(New), Sports, Teens, Travel의 33개 대분류 항목으로 이루어져 있다.

Barnes & Noble (<http://www.barnesandnoble.com>)은 미국 최대의 서점 체인으로 160만종의 정보를 제공하고 있다. 여기서 Browse subjects를 보면 Academic & Scholarly, Africana, Art, Architecture & Photography, Audiobooks, Biography, Business, Christian Books, Computers, Cooking, Engineering, Entertainment, Fiction & Literature, Gay & Lesbian, History, Home

& Garden, Horror & Suspense, Kids!, Large Print, Law, Limited Editions, Medical Books, Mind, Body & Spirit, Mystery, Nonfiction, Parenting & Family, Poetry, Professional & Technical, Psychology, Reference, Religion, Romance, Science & Nature, Science Fiction & Fantasy, Small Business & Entrepreneurs, Sports & Adventure, Teens, Thrillers & Espionage, Travel, Weddings, Writer's Workshop 이라는 40개의 대분류 항목으로 이루어졌다.

Internet Book Shop: iBS (<http://www.bookshop.co.uk>)은 유럽에서 가장 큰 온라인 서점인 영국의 iBS(Internet Book Shop & Trade)에서 운영하고 있는데 125만종에 대한 정보를 제공하고 있다. 분류항목은 The Arts, Business, Children, Computing, Earth Sciences, Fiction, Humanities, Law, Leisure, Lifestyle, Literature, Medicine, Reference, Science, Social Sciences, Technology라는 16개로 나뉘어져 있다.

국의 인터넷 서점에서는 Barnes & Noble이 가장 많은 40개의 항목으로 대분류를 하고 바로 아래에 세부항목들을 부분적으로 나열하여 상당히 자세하게 분류하고 있었다. Amazon에서는 새로이 설정된 분류항목은 'New' 라는 표시를 항목 바로 옆에 해 줌으로써 독자들의 호기심을 끌 수 있도록 하였다. 왜냐하면 대분류 항목으로의 설정이란 바로 그 시대의 이슈가 되고 있고 많은 수요가 있는 주제를 반영하기 때문이다. 3개의 국외 인터넷 서점에서 공통으로 설정하고 있는 대분류 항목은 7개로 Art, Business, Children, Computing, Fiction, Reference, Science였다. iBS는 대부분의 분류항목을 학문분류명으로 하여 세부항목으로의 전개가 이루어지게 하였다. Amazon과 Barnes & Noble은 해당 항목명의 의미를 파악하기 힘든 경우가 있었는데 Barnes & Noble은 대분류

항목 아래 바로 해당하는 세부항목을 나열하여 범주를 설정해 주고 있었다.

3. 결론

아직은 오프라인 서점들이 온라인에서도 강세를 보이고 있다. 교보문고, 종로서적, 영풍문고 등의 사이버 시장에서도 오프라인에서 구축한 신뢰와 전국적인 물류망을 바탕으로 인터넷 판매에서도 앞서고 있기 때문이다. 그러나 지속적인 콘텐츠 개발을 바탕으로 사용자를 위한 서비스로 보다 가까이 접근을 한다면 디지털 시대에서 인터넷 서점의 성공 가능성은 크다. 사용자 중심의 편리한 주제별 자료 검색의 제공도 특성화된 인터넷 서점의 이용자 서비스가 될 수 있다. 적절한 수의 분류 항목의 설정, 이용자 친화적 항목 명칭의 부여, 빠른 접근을 가능하게 해주는 대분류 항목 아래 직접적인 중분류 항목의 나열, 이용률이나 구입률을 바탕으로 하는 분류 항목의 설정, 실제 주제별 검색 이용자의 의견 수렴 등은 인터넷 서점의 주제별 분류체계의 개선을 가져와 보다 높은 이용자 만족을 도모할 것이다.

*참고문헌

- 김영보. 1997. 인터넷 탐색엔진의 분류체계에 관한 연구: 컴퓨터, 인터넷 분야를 중심으로. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 최원태, 박미연. 1998. "가상서점의 현황분석 및 활용방안에 관한 연구," 도서관 53(1): 3-26.
- 최희윤. 1998. "인터넷 정보서비스의 분류체계에 대한 비교 연구: 물리학을 중심으로," 정보관리학회지 15(3): 45-71.
- <http://book.shopping.co.kr> (2000년 7월 26일)
- <http://www.aladdin.co.kr> (2000년 7월 26일)
- <http://www.amazon.com> (2000년 7월 27일)
- <http://www.barnesandnoble.com> (2000년 7월 27일)
- <http://www.bookshop.co.uk> (2000년 7월 26일)
- <http://www.kyobo.co.kr> (2000년 7월 26일)
- <http://www.yes24.com> (2000년 7월 26일)