

## 인터넷 검색 사이트의 '패션' 카테고리 구조 분석

오현남\* · 김현주 · 김문숙

서울여자대학교 의류학과

1990년대 초 인터넷을 대표하는 대규모 정보시스템인 월드 와이드 웹(World Wide Web) 시스템이 소개된 이후 현재 전세계적으로 웹 사용자의 수는 엄청난 숫자로 증폭되어있다. 웹 사용자는 정보의 바다 속에서 새로운 웹 사이트를 찾거나 원하는 정보를 얻고자 검색 엔진(search engine)을 이용하고 있으며, 검색 엔진은 웹에서 정보를 찾고자 하는 웹 서퍼(web surfer)를 돕기 위해 웹 사이트를 인덱스한다.

현재의 정보 검색사이트는 정보 검색 뿐만 아니라 사회·문화·정치·경제 등 인간 생활 전 분야의 흐름을 속속들이 전달하고자 계속해서 새로운 정보를 업데이트(up-date)하는 포털 사이트로 전환하고 있다. 홈페이지를 장식하고 있는 주제분류란은 그러한 역할을 수행하고 있음을 알 수 있으며, 그 시대의 관심사를 시사하고 있다고 하겠다.

전세계적으로 인터넷이라는 네트워크를 통해 정보를 수집하는 정보검색사이트는 사용자-친숙 인터페이스(user-friendly interface)를 고려하여 각 사마다 나름대로의 카테고리를 정의하여 정보를 제공하고 있지만, 실제로 웹사용자가 원하는 '패션' 정보를 찾으려 할 때 쉽고 빠르고 정확하게 찾기란 아직까지는 힘든 작업으로 보여진다. 이러한 현상의 발생은 여러 기술적, 개념적 요소에 의한 것으로 볼 수 있으나, 특히 본 연구에서는 개념적 차원에서, 검색사이트에서 정의하고 있는 패션카테고리와 기존의 일반적인 패션카테고리와의 차이에 의해서 나타나는 현상으로 보며, 이를 검증하기 위한 일환으로 검색사이트의 '패션' 카테고리의 구조를 사례 분석하고자 한다. 이러한 연구는 웹사용자가 느낄 수 있는 불만족의 한 원인을 파악함과 동시에 검색사이트의 '패션' 카테고리 오류의 문제를 파악할 수 있다는 점에서, 또한 시대적 경향을 반영하는 패션 정보의 흐름을 파악할 수 있음에 의의 있는 작업이라 사료된다. 분석된 자료는 학문적으로는 패션 정보의 체계화를 이끄는 데 도움을 줄 것이며, 산업적으로는 고부가가치 정보화 산업을 선도하는 전문화, 세분화된 정보를 제공할 수 있는 사이트 개발에 의한 패션 인터넷 비즈니스 개발 차원에서도 유용한 자료가 되리라 본다.

구체적인 연구 수행은, 첫째 사례분석에 의한 것으로 2001년 2월 기준 상위 5대 검색사이트 -Yahoo, Lycos, Naver, Hanmir, Empas-의 '패션' 카테고리 구조의 실태를 비교·파악하고, 이를 토대로 둘째, 본 연구자의 포괄적 범주에서의 패션 관점과 검색사이트의 '패션' 카테고리상의 차이를 밝혀 문제점을 도출하는데 본 연구의 목적을 두고자 한다.

연구 방법은 인터넷 검색을 통해 얻은 공식 통계 자료 및 2001년 2월 기준 5대 각 사이트의 '패션' 카테고리 자료를 수집하여 이를 비교·분석하였다.

사태분석을 통한 5대 검색사이트의 '패션' 카테고리의 실태를 파악한 결과는 다음과 같다.

첫째, 제 1 수준 검색에서 각 사이트의 홈페이지에 제시되고 있는 최상위 주제별 카테고리 중 「패션」으로 명하여진 최상위 주제 카테고리는 없으며, 또한 '패션'을 하위 카테고리로 포함하고 있는 최상위 주제 카테고리명은 '예술·엔터테인먼트', '비즈니스·경제', '생활·가정' 등으로 나타나고 있다.

둘째, 제 2 수준 검색에서 「패션」이라는 카테고리가 있지만 이들의 주요 구성내용은 대부분 '문화·예술·엔터테인먼트' 분야로 링크되고 있으며, 제 2~3 수준 검색은 '패션' 카테고리의 구조가 명확하게 나타나는 단계이며 크게 2가지 흐름인 '예술·엔터테인먼트', '비즈니스·경제'으로 '패션' 카테고리의 구성을 살펴볼 수 있다.

셋째, 5대 검색사이트에서 '패션' 카테고리는 '예술·엔터테인먼트', '비즈니스·경제', '쇼핑·생활·가정' 등의 최상위 주제 카테고리에 다수가 포함되어 나타났으며, 이외에 '뉴스·미디어' 부분에서 <패션·미용>의 내용으로 '패션' 카테고리가 나타나고 있다.

검색사이트의 '패션' 카테고리 구조에서의 문제점은 다음과 같다.

첫째, 5대 검색사이트에서 '패션'을 하위 카테고리로 포함하고 있는 최상위 주제 카테고리명의 다수가 '예술·엔터테인먼트', '비즈니스·경제', '생활·가정'으로 나타난 결과에 있어, 이들 명칭을 패션의 포괄적 개념차원에서 볼 경우 패션과 관련된 부차적인 하위 개념에서 패션을 검색할 경우 적합하다고 볼 수 있으나 직접적으로 패션을 인식하거나 연상할 수 있는 단서가 미약하여 웹사용자가 주제별 분류에 의한 '패션'을 검색할 경우 제 1수준 검색에서부터 많은 혼선을 야기하며 검색의 회기적 오류를 범할 수 있다고 본다.

둘째, 패션생활 측면에서의 '패션'정보는 '예술·엔터테인먼트'카테고리하에 편중되어 있어 패션 비즈니스 차원에서의 정보가 '예술·엔터테인먼트'의 하위수준으로 나타나기도 하며 일부 누락되기도 한다.

셋째, 패션생활 측면과 패션 비즈니스 측면에서의 <의류·패션잡화> 카테고리는 상이한 것임에도 불구하고 일부 검색사이트에서는 이러한 구별 없이 한 카테고리에 두 종류의 정보를 혼합하여 구성하기도 하며 또는 카테고리를 다르게 구성하고는 있지만 같은 정보를 중복적으로 사용하는 경우가 있어 '쇼핑'카테고리 하에서의 <의류·패션잡화>의 정보의 폭과 깊이가 깊지 않은 것으로 볼 수 있다.

넷째, 패션비즈니스 측면에서도 <섬유·직물>의 카테고리가 검색 결과에 제시되고 있지 않는 경우가 있어, 전반적으로 5대 검색사이트가 '패션'정보를 카테고리화하는 작업에서 <섬유·텍스타일 또는 직물> 정보의 인지가 불분명하며 '패션'정보에서의 <섬유·텍스타일 또는 직물> 정보의 위치 개념이 모호한 것으로 보인다.