

## 인터넷 의생활 정보에 대한 대학생들의 태도 분석 - 대구·경북 지역을 중심으로 -

은 영 자

계명대학교 생활과학부 의류학과 교수

### Analysis of Attitude on Clothing Information from Internet Site in College Students - Daegu · Kyungpook Area -

Young-Ja Eun

Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Keimyung University

(2002. 2. 21 접수 : 2002. 3. 23 채택)

#### Abstract

This study is carried out to examine the purpose of utilization and the degree of satisfaction on the information collected from the Internet site for the understanding of the reality of clothing information for college students. The results are as follows;

1. Three primary factors have been abstracted for the satisfaction of information.
2. The difference in the purpose of utilizing information, depending on the individual characteristic of students and the features related to computer, was shown in the difference of major and school year, number of the internet connection per day, capability of using computer, period of using computer, and frequency of information searching.

The more the number of internet connection per day, the less the capability of using computer, and searching for information when required, internet can be utilized for study and work.

3. The difference in the degree of information satisfaction, depending on the individual characteristic of students and the features related to computer, was shown in the difference of major, school year, opportunity to take computer-related course, frequency of searching information, and etc.

More positive and satisfactory response was derived from those not majoring in clothing rather than those majoring, those taking computer course related to clothing, and those searching for clothing information periodically.

4. The primary factors affecting the satisfaction on the overall information of clothing show difference in terms of sex and frequency of searching information.

Female students show lower degree of satisfaction than male students and more satisfaction on the information searched as the frequency of searching becomes less.

*Key words: clothing information(의생활 정보), internet site(인터넷 사이트), satisfaction(만족도).*

현대사회는 정보화사회로 표현되고 있다. 정보화 사회에서는 정보기술의 급속한 발전으로 인해 산업

#### I. 서 론

본 연구는 2000년도 계명대학교 부설 연구소 연구비에 의해서 수행되었음.

사회에 비해 사회변화가 보다 빠르게 진행되며 온라인 상의 네트워크를 통해 시간과 공간의 제약에서 벗어나 정보가 폭발적으로 발생하고 대량으로 유통된다. 따라서 정보화사회에서는 사회적 가치체계에서 가치의 중심이 물질 자원에서 지적 자원, 즉 정보로 이행되므로 정보의 중요성이 크게 강조된다.

정보화 사회에서 정보는 인터넷이라는 전달 수단을 통해 많은 양을 보다 빠르고 손쉽게 획득될 수 있다. 이러한 장점에도 불구하고 인터넷에는 각종 수많은 정보가 여과 없이 제공되므로 정보의 바다에서 필요로 하는 유익한 정보를 선별하고 수집하기 위해서는 정보 습득의 기술과 시간, 비용의 부담이 요구되어 정보 분배의 불균형 문제가 초래되기도 한다.

우리 나라의 인터넷 보급율과 확산율은 빠른 증가추세를 보이고 있으며 그 중에서도 청소년은 가장 빈번히 컴퓨터를 이용하고 인터넷 환경에 빠르게 적응하는 세대로서 그 속에서 그들만의 문화를 찾아가고 있다. 즉 인터넷은 청소년의 중요한 생활공간으로 자리잡고 있다. 2001년 6월 기준 월 평균 한번 이상 인터넷을 이용하는 이용자수의 분포를 볼 때 중학생, 고등학생, 대학생의 이용율이 각각 96.6%, 96.2%, 98.0%로 나타나 청소년 중에서도 대학생 이용자는 거의 포화상태에 이르러 인터넷 이용율이 가장 높은 집단으로 보인다<sup>1)</sup>.

대학생들이 인터넷을 통해 실제로 유익한 정보를 얻고 있으며, 어떤 정보를 필요로 하며 또 이들에게 건전한 정보들이 효율적으로 제공되고 있는가 하는 문제는 개인의 성장과 건전한 정보화 사회의 구축을 위해 매우 중요한 과제이다.

인터넷을 통해서만 기존의 정보수단에 비해 훨씬 더 많은 정보를 쉽게 얻을 수 있으며 각종 정보를 비교 검토할 수 있다. 특히 원하는 정보만을 선택, 검색하는 것이 가능하므로 적은 시간과 노력으로 정보 탐색을 효과적으로 수행할 수 있으며 그 사용목적에 따라 이용자들이 방문하는 사이트의 종류는 달라진다. 또 같은 사이트를 방문하더라도 그 사이트를 이용하는 목적에 따라 주로 사용하는 콘텐츠와 중요하

게 생각하는 속성들은 달라질 것이며 각 이용자들이 특정한 사이트를 선택하여 지속적으로 방문한다는 것은 그 사이트에 그들이 원하는 것이 있다는 것을 의미한다. 이러한 인터넷 의생활 정보의 장점에도 불구하고 현재 인터넷 사이트에서 제공되고 있는 의생활 정보는 시각적인 효과에 치중한 면이 없지 않으며, 게다가 관련업체의 광고를 소개하는 목적으로 제공되는 것이 대부분이다. 또한 특별히 대학생들 주 대상으로 한 정보가 차별화 되어 제공되는 것도 아니므로 그들에게 필요한 의생활정보를 인터넷에서 검색하고자 할 때 적절하고, 유용한 정보를 만족스럽게 이용할 수 없다.

그러므로 본 연구에서는 대학생들이 자주 접하는 인터넷 환경에서 자신의 의생활에 필요한 정보를 어느 정도 탐색하며, 탐색한 정보는 정보의 유용성과 신뢰성, 우수성 등의 측면에서 어떻게 평가되고 있는가를 알고자 하며, 의생활정보 중 대학생들이 원하고 필요로 하는 정보에 대한 활용도 및 만족도를 조사하고자 한다. 이러한 연구를 통해 현재 인터넷 관련 의생활 정보의 유용성과 질을 평가할 수 있을 것이며, 평가 결과는 앞으로 인터넷 의생활정보 수요자가 정보를 선택하는데 필요한 기준으로 제공될 수 있을 것이다. 또한 웹사이트에서 의생활관련 지식과 정보를 제공하고자 하는 업체들이 기초자료로 활용할 수 있을 것이다.

## II. 이론적 배경

### 1. 국내 인터넷 사용자 현황

1993년 월드 와이드 웹(World Wide Web: WWW)<sup>2)</sup>이 등장한 이후 인터넷은 이용자의 급증과 더불어 멀티미디어 선두로 나서게 되었고 앞으로 모든 경제영역의 핵심수단이 될 것으로 생각된다. 오늘날 우리 사회는 정보화 사회로의 빠른 진입으로 인터넷이 용 인구의 증가와 기술적 발전을 가져왔으며 인터넷은 정보사회에 있어서 중심적인 역할을 담보할 매체로써 자리잡게 해주고 있으며 더불어 인터넷은 일반

1) 통계청, 통계보고서, (2001), <http://staat.nic.or>

2) World Wide Web이란 다른 말로 WWW 혹은 웹(Web)이라고 하며 윈도우를 이용하여 인터넷상에서 사용자가 간편하게 서비스를 받을 수 있고 기존의 텍스트 위주의 서비스로부터 하이퍼텍스트(Hypertext)를 이용하여 멀티미디어(오디오, 이미지, 동화상)정보 서비스를 가능하게 해주는 최신의 인터넷 기반 정보서비스를 말한다.

대중들이 정보사회를 인식하는 매체가 되고 있다<sup>3)</sup>.

인터넷은 1969년 미국에서 전쟁으로 인한 통신망에 대비하기 위해 만들어졌던 아르파넷(ARPANET)을 모태로 시작되어, 30년이 지난 오늘날 우리 생활의 전반에 뿌리를 내리고 변화를 주도해 나가면서 엄청난 속도로 발전하여 왔다. 미국의 컴퓨터산업 통계 자료업체 CIA<sup>4)</sup>가 지난 1990~1999년 말까지 50개국의 인터넷 사용자수를 조사한 결과 99년 말에 2억 5900만 명이었는데, 2002년 말에는 4억 9000만 명(인구 1000명당 79.4명), 2005년에는 7억 6500만 명(1000명당 118명)으로 빠른 속도로 늘어날 것으로 예상하였다. 또한 이 조사에서 한국은 568만 8000명으로 479만 명의 대만, 395만 명의 스웨덴보다 앞선 세계 10위의 인터넷 사용자수를 보였다. 이와 같이 국내 인터넷 시장은 그 규모에 있어서도 놀라운 발전을 이루고 있다.

한국 인터넷 정보센터(KRNIC)<sup>5)</sup> 통계보고서에 의하면 2001년 6월말 기준 국내 7세 이상의 국민 중 월 평균 한번이상 인터넷을 이용하는 사람은 전 인구의 51.6%(2,233만 명)으로, 2000년 3월의 48.6%에 비해 30%(189만 명) 증가된 것으로 조사되었다.

성별로는 남성 이용자는 1,262만 명, 여성은 961만 명으로 남성 인터넷 이용자가 여성에 비해 301만 명 많은 것으로 나타났다. 그러나 2001년 3월 이후 큰 변화가 없는 가운데 여성의 비중이 다소 증가하여 남성이 56.8%, 여성이 43.2%인 것으로 나타났다. 연령별로는 7~19세의 인터넷 이용률이 87.6%로 타 연령층(20대:80.3%, 30대:54.1%, 40대:32.2%, 50대:7.3%)에 비해서 활발하게 인터넷을 이용하는 것으로 나타났다. 학력별로는 중/고/대학생의 인터넷 이용률이 96%대로 가장 높은데, 일반인 중에는 대졸 이상 학력자의 인터넷 이용률이 74.3%로 가장 높았다. 중학생, 고등학생과 대학생의 인터넷 이용률은 각각 96.6%, 96.2%, 98.0%로 이 계층의 인터넷 이용자는 거의 포화상태에 이른 것으로 보인다. 반면, 이용률이 5.8%인 초등학생은 최근 급성장 추세를 보여 향

후 이용자수가 크게 증가할 것으로 보인다. 직업별로 보면 학생의 인터넷 이용률이 89.9%로 가장 높으며, 다음으로 사무직이 78.3%, 전문/관리직이 74.2%의 순이었으며 특히, 생산 관련직의 인터넷 이용률 증가세가 타 직업에 비해 커 23.4%에 이르는 것으로 나타났다. 특히 12세~24세의 청소년 5명중 4명이 인터넷을 사용하고 있으며 일본이나 영국보다 높은 세계 최고 수준을 보이고 있다. 이는 향후 국내 인터넷 비즈니스 시장의 규모가 증대될 수 있는 요인이 갖추어진 것으로 볼 수 있으며 주요 고객으로 신세대와 비중이 중요해짐을 말해 주는 자료로 시사하는 바가 크다고 할 수 있다.

이상의 자료를 참고해 볼 때 연령, 학력 및 직업별로 대학생의 인터넷 이용률은 어느 집단보다도 높다고 볼 수 있으며, 이와 같이 인터넷 이용을 생활화하고 있는 대학생들은 자신의 생활에 필요한 정보를 탐색할 때 적극적으로 인터넷을 활용한 것으로 예측된다.

## 2. 인터넷 의생활 정보에 관한 선행연구

첨단의 기술력에 힘입어 성장하고 있는 인터넷은 우리사회의 혁명적인 변화를 가져올 것으로 예상되며 인터넷이 우리사회 구성원 개개인의 의사소통 방법 뿐만 아니라 정보수집이나 소비행동, 인간행동 전반에 영향을 미치고 있다는 것은 이미 확인되고 있다. 기존에는 정보제공자가 주는 정보를 수용하는 수동적인 입장이었으나 최근의 폭발적으로 늘고 있는 인터넷 이용자들의 경우 정보를 직접 찾아가서 능동적으로 이용하는 정보 지향적인 성격이 강하다.

현대의 의생활은 의복의 제작이 전문화되어 소비자 자신이 직접 의복을 제작하여 착용하는 일은 드물기 때문에 의복을 선택, 구입하여 사용하고 폐기하는 것이 주된 과정이 되었다. 인터넷상에서 의생활 관련 사이트는 크게 패션·의상 정보 사이트, 웹진·웹신문 사이트, 관련업체 및 판매업체 사이트, 교육 기관 사이트, 인터넷 통신판매 사이트로 나누어 의

3) 설재순, 인터넷 이용자의 이용 행태에 따른 충족요인에 대한 연구, 중앙대학교 석사학위논문, (1998), p.2.

4) Computer Industry Almanac. '99(<http://www.c-i-a.com/19990/pr.htm>).

5) 한국인터넷정보센터(<http://www.nic.or.kr>) : 지난 1999년에 설립된 한국인터넷정보센터는 국내·외 각종 통계자료 및 관련 정보의 분석과 제공, 인터넷 관련 각종 행사를 통한 저변확대 추진, 인터넷의 효율적인 운영과 이용활성화를 위한 지원 활동 등 다양한 활동을 전개.

생활에 필요한 정보를 제공하고 있다.

인터넷 정보 이용에 관한 선행 연구를 보면 박현욱<sup>6)</sup>은 주거화 이론과 정보를 제공하는 사이트의 내용에 대한 평가요인을 요인분석한 결과 내용의 정확성, 신뢰성 및 기술력, 화면 디자인과 의사소통, 가족성 및 안정성, 그리고 개인 정보의 안전성으로 추출되었다.

김재휘 등<sup>7)</sup>은 포털 사이트를 대상으로 사이트 구성요소에 대한 평가가 이용자들의 사이트에 대한 태도에 미치는 영향을 분석하기 위해 포털 사이트의 평가 문항을 요인분석한 결과 6가지 요인으로 분류되었으며 이들 요인들이 사이트에 대한 태도에 영향을 미치는 정도는 활용기능, 접속용이성, 레이아웃, 편익, 커뮤니케이션, 정보의 순으로 나타났다. 또한 이 요인들이 사이트 태도에 미치는 영향은 성별에 따라 차이가 있었다.

Chen과 Wells<sup>8)</sup>는 웹사이트에 대한 이용자 태도에 영향을 미치는 요인들을 파악하는 연구에서 이용자들이 중요하게 고려하는 사이트 속성으로 오락성, 진보성, 사이트 구성의 새 가지 요인을 추출하였다.

한상린<sup>9)</sup>은 인터넷 사용 숙련도와 같은 개인의 특성이 인터넷 환경에서 자발적 흥미에 미치는 영향을 연구하였는데, 컴퓨터에 대한 친숙도가 인터넷을 통한 정보 탐색에 영향을 미치는 것으로 시사하였다.

문병준과 손용석<sup>10)</sup>은 인터넷을 통한 정보탐색에 영향을 미치는 요인을 크게 소비자의 개인적 특성, 정보탐색 목적, 웹사이트 특성의 세 가지로 설정하였다.

한편 패션과 인터넷에 관한 선행 연구를 살펴보면, 조연진<sup>11)</sup>은 인터넷 쇼핑물 이용자들의 의류 선택

에 관한 실증적 연구에서 인터넷 의류구매자들의 특성 파악, 의류제품구매시의 고려되는 선택기준에 대해 실증조사를 통하여 알아보는 것을 목적으로 소비자가 중요시하는 인터넷 쇼핑의 이점을 조사한 결과 시간과 공간상의 편의, 제품정보의 수집과 비교의 용이성으로 나타냈는데, 인터넷 쇼핑물을 이용하는 잠재적 소비자들의 욕구와 구매경향의 파악으로 보다 효과적인 마케팅 전략의 토대를 마련하는 기초자료로서의 가능성을 시사하고 있다고 볼 수 있다.

박운숙<sup>12)</sup>의 PC통신 이용자의 특성과 만족도에 관한 연구 결과 PC통신의 정보검색 이용자의 만족도를 결정하는 요인은 15개 요인이었으며 그중 소득수준, 교육수준, PC통신의 다양성, 편이성에서 유의한 것으로 나타났는데 소득수준이 높을수록 PC통신의 내용이 다양하고 편리할수록 만족도가 높게 나타난 반면, 교육수준이 높을수록 만족도는 낮게 나타났다.

김희수<sup>13)</sup>는 기하급수적으로 증가하고 있는 패션 웹사이트의 현 위치와 인터넷 이용자의 패션 웹사이트 이용실태 및 인터넷 쇼핑물에서의 의류상품 구매 정도와 정보 만족도에 대한 연구를 하였는데 인터넷 이용자들은 유행이나 신상품 소개 등의 전문성에 대해서는 만족해하나 소개, 색채, 정보(유통, 마케팅, 패션산업, 패션업체)의 전문성의 만족도는 낮게 나타나 정보문화에 대한 관심과 노력이 필요할 것이라 하였다. 패션 웹사이트 정보 만족도 측정 항목을 5개 요인으로 추출하여 영향을 주는 관련 변수중 통계적으로 유의한 변수는 패션 웹사이트의 이용회수, 사용시간, 연령, 직업으로 나타났다. 즉 이용회수가 많을수록, 사용시간이 길수록 만족도가 높아졌고, 30대 일수록, 직장인일수록 만족도가 낮게 나타났다.

- 6) 박현욱, 주거관련 정보 사이트의 평가기준 설정에 관한 연구, *한국생활과학회지*, 제10권 제1호, (2001), pp.88-91.
- 7) 김재휘, 박유진, 김정호, 사이트 구성요소에 대한 평가가 사이트 태도에 미치는 영향, *한국심리학회지: 소비자·광고*, 제1권 제 1호, (2000), pp.83-101
- 8) Q. Chen & D. Wells, Attitude toward the site, *Journal of Advertising Research*, Sep/Oct, (1999), pp.27-37.
- 9) 한상린, 박천교, 강희일, Flow개념을 이용한 인터넷 환경하에서의 소비자 구매도 결정요인 분석, *한국 마케팅 학회 추계 학술 발표대회 논문집*, (1998), pp.41-55.
- 10) 문병준, 손용석, 인터넷을 통한 소비자 정보탐색 및 구매행동에 영향을 주는 요인: 개념적 연구, *소비자학 연구*, 제11권 제4호, (2000), pp.131-150.
- 11) 조연진, 인터넷 쇼핑물 이용자들의 의류선택 기준에 관한 실증적 연구, 국민대학교 석사학위논문, (1999).
- 12) 박운숙, PC 통신의 정보검색 이용자의 특성과 만족도에 관한 연구, 숙명여자대학교 석사학위논문, (1994).
- 13) 김희수, 인터넷 이용자의 패션 웹사이트 이용실태와 정보 만족도에 관한 연구, 서울여자대학교 석사학위논문, (2000).

이은진·홍병숙<sup>14)</sup>은 PC통신 및 인터넷 이용자의 통신판매 이용실태 및 의류제품 구매성향을 조사함으로써 통신 판매에 대한 기초자료를 제공하고 있다. 결과를 보면 캐주얼 의복 및 패션 잡화류에 대한 구매의도는 높은 반면 정장류에 대해서는 비교적 낮은 편이었으며, PC통신 및 인터넷 이용자들은 통신판매의 편리성에 대해서는 대체로 만족해하나 제품의 품질보장, 교환 반품의 용이성에 대해서는 다소 불만족해 하고 있다. 인구 통계적 변인과 통신판매에 따른 만족정도 차이에서는 성별, 결혼 여부, 교육수준, 직업에 따라 차이가 나타났다. 남자보다는 여자, 기혼자보다는 미혼자가 통신 판매에 만족해 하고 있었으며 고졸 이하보다는 대학원생과 대학생이, 판매서비스직보다는 학생과 전문관리직에서 통신판매의 제품 및 품질을 보장받을 수 있다는 점에서 더 높은 만족도를 나타냈다.

이상에서 볼 때 인터넷 정보 이용에는 성별, 교육수준, 직업 등의 개인적 특성과 인터넷 사용 숙련도, 이용횟수, 사용시간 등 인터넷 이용과 관련된 특성이 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 대부분의 연구는 인터넷을 통한 정보 탐색에 관한 연구와 더불어 통신 및 인터넷 서비스 이용자의 특성과 서비스 만족도에 관한 연구와 소비자들의 인터넷 쇼핑물의 의류제품 구매성향과 만족, 불만족 요인에 관한 연구가 주로 이루어지고 있다.

이에 본 연구에서는 대학생과 관련되어 제작되어 있다고 생각되는 웹핀과 관련 웹사이트를 대상으로 대학생이 웹사이트에서 제공되는 의생활 관련 정보를 이용하는 목적, 만족정도를 조사하고자 한다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구 문제

의생활에 대한 태도나 요구도는 연령에 따라 매우 다른 경향을 보이는데 특히 청소년기에는 의복에 대한 관심이 매우 큰 시기이므로 청소년의 의생활에

대한 관심사를 충족시켜 줄 수 있는 정보를 선별하여 제공할 필요가 있다. 이에 본 연구에서는 청소년 중에서도 인터넷 정보를 가장 많이 접하고 잘 활용할 수 있는 시간과 능력을 갖춘 대학생으로 이들의 인터넷 사용과 관련된 의생활 정보 실태를 파악해서 이용목적과 정보에 대한 만족도를 알아보고자 다음과 같이 연구 문제를 설정하였다.

1) 인터넷 의생활 정보에 대한 대학생들의 만족도를 요인 분석한다.

2) 대학생의 개인적 특성과 컴퓨터 관련 특성에 따른 의생활 정보 이용목적의 차이를 비교한다.

3) 대학생의 개인적 특성과, 컴퓨터 관련 특성에 따른 의생활 정보 만족도의 차이를 분석한다.

4) 의생활 정보 만족도와 관련있는 변수를 추출한다.

#### 2. 측정도구

본 연구의 자료는 설문지를 통해 수집하였으며, 설문지는 크게 인구통계학적인 특성에 관한 항목, 인터넷상의 의생활 정보이용 실태에 관한 항목, 인터넷상의 의생활 정보에 대한 만족도를 측정하는 항목으로 구성되어 있다. 인구통계학적 특성으로 성별, 전공, 학년, 컴퓨터 관련 강좌 수강기회 유무, 가족 월 소득, 한달 용돈, 한달 의류 구입비, 가족수를 포함시켰고, 인터넷상의 의생활 정보이용 실태에 관한 항목으로 1일 평균 인터넷 접속회수, 1일 평균 인터넷 접속시간, 인터넷 이용기간, 컴퓨터 보유기간, 인터넷 접속 목적, 의생활정보 탐색 유무, 이용하는 의생활 정보, 의생활정보 접속 경로, 의생활 정보이용 목적, 중점적으로 보는 정보, 의생활 정보의 검색빈도, 의생활정보의 만족도를 포함시켰다. 또 인터넷상의 의생활 정보에 대한 만족도를 측정하는 항목으로는 16개의 항목으로 구성하였다. 각각의 추출된 항목은 이용 실태와 만족도에 관한 유충렬<sup>15)</sup>, 박윤숙<sup>16)</sup>, 설재순<sup>17)</sup>, 김희수<sup>18)</sup>, 조연진<sup>19)</sup>의 선행연구를 참고로 하였다. 설문지의 형태는 선행연구에서 이용되었던

14) 이은진, 홍병숙, PC 통신 및 인터넷 이용자의 통신판매를 통한 의류 제품 구매 성향, *한국외류학회지*, 제23권 제7호, (1999).

15) 유충렬, 정보통신서비스 수용 및 확산에 관한 연구-PC 통신을 중심으로-, 중앙대학교 석사학위논문, (1992).

16) 박윤숙, 전계서.

17) 설재순, 전계서.

문항들과 본 연구의 연구자가 수정 보완한 문항들로 구성되었다.

**3. 연구대상 및 자료수집**

본 연구의 조사대상자는 대구, 경북지역에 거주하는 대학생 중 600명을 임의추출방법으로 표집 하였으며, 자료수집은 2001년 6월 4일부터 7월 31일까지 이루어졌다. 이들 가운데 불성실하게 기재하였거나 정확하게 답하지 않은 자를 제외한 나머지 약 508명의 자료를 최종분석에 사용하였다.

**4. 자료분석 방법**

자료의 통계처리는 SPSS Package를 이용하여 빈도와 백분율을 구하였고, 개인적 특성, 컴퓨터 관련 특성에 따른 의생활 정보 이용 목적의 차이를 비교하기 위하여  $\chi^2$  - 검정을 실시하였으며 개인적 특성, 컴퓨터 관련 특성에 따른 의생활 정보 만족도의 차이를 비교하기 위하여 t검정 및 F검정을 실시하였다. 또 의생활 정보 만족도에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위하여 변수들간의 상관계수를 검토했던 후 중회귀 분석을 실시하였다.

**IV. 결과 및 해석**

**1. 조사 대상자의 일반적 특성**

조사대상자의 일반적 특성은 <표 1>과 같다. 성별은 남자 14.6%, 여자 85.4%로 여자가 훨씬 높게 분포되었으며, 전공별로는 의류학계열이 44.8%, 기타계열이 55.2% 였다. 학년은 비교적 고르게 분포되어 4학년 29.6%, 3학년 28.5%, 2학년 21%, 1학년 20.9%순으로 나타났으며, 가족의 월 소득은 평균 280만원 정도이고 한달 용돈은 평균 25만원 가량 쓰고 있으며 그중 의류 구입비는 약 7만원을 소비하였다.

인터넷 사용과 관련된 특성으로 1일 평균 인터넷 접속회수는 2.3회, 1일 평균 인터넷 접속시간은 144분으로 하루에 2회이상 인터넷에 접속하여 2시간 24분 정도 소요하는 것으로 나타났다. 이들의 인터넷 이용경력은 약 33개월로 학년에 따라 차이가 있으나

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성

특 성	구 분	빈 도	백분율 (%)	
성 별	남	73	14.6	
	여	426	85.4	
합 계		500	100	
전 공	의류계열	208	44.8	
	기타계열	256	55.2	
합 계		464	100	
학 년	1학년	103	20.9	
	2학년	104	21	
	3학년	141	28.5	
	4학년	146	29.6	
합 계		494	100	
컴퓨터관련 강좌수강기회	있다	339	67.8	
	없다	161	32.2	
합 계		500	100	
특 성		빈도	평균	표준편차
1일평균 인터넷 접속회수(회)		453	2.33	2.07
1일평균 인터넷 접속시간(분)		455	144.61	101.13
인터넷 이용기간(개월)		455	33.48	14.53
컴퓨터 보유기간(개월)		461	59.14	33.91
가족 월소득(만원)		350	278.83	133.63
한달 용돈(만원)		448	25.02	10.50
한달 의류 구입비(만원)		439	6.99	5.23
가족수(명)		443	3.53	1.80

\*결측값으로 인해 빈도수에 차이가 있음

대학입학 전후로부터 이용하기 시작한 것으로 볼 수 있다. 컴퓨터를 보유한지는 약 59개월(4년 11개월)정도이고 자신이 생각하는 컴퓨터의 조작 및 이용능력은 보통 수준이었다. 이들 중 컴퓨터 관련 강좌를 수강한 경험이 있는 사람은 67.8%로 경험이 없는 사람에 비해 월등히 높게 나타남으로써 대학생들의 컴퓨터 활용능력에 대한 높은 관심을 엿볼 수 있다.

18) 김희수, 전제서.

19) 조연진, 인터넷 쇼핑을 이용자들의 의류선택 기준에 관한 실증적 연구, 국민대학교 석사학위논문, (1999).

## 2. 대학생들의 인터넷 의생활 정보 사용과 관련된 정보 실태

<표 2>에 보여지는 바와 같이 대학생들의 인터넷 접속 목적은 취업정보가 84.1%로 가장 많았고 웹진

및 웹 뉴스를 보기 위해서(82.9%)도 거의 같은 수준이며 이메일을 보기 위해서(9.8%)가 가장 낮은 수준임을 알 수 있었다. 의생활 정보를 탐색한 경험이 있는 학생이 전체 조사대상자의 91.1%로 절대다수를

<표 2> 대학생들의 인터넷 정보 이용 실태

인터넷 접속 목적*	N	백분율(%)	의생활 정보 이용목적	N	백분율(%)
학 습	153	30.1	의류제품 및 패션정보수집	279	56.5
오 락	250	49.2	의류 상품 구매	22	4.5
쇼 핑	371	73	업무나 학업상	147	29.7
시간 때우기	236	46.5	재미와 오락	28	5.7
취업정보	427	84.1	인터넷상에서 소일	15	3
이메일	50	9.8	습관적 이용	3	0.6
최신정보탐색	224	44.1			
웹진 및 웹뉴스 보기	421	82.9			
프로그램 다운	356	70.1			
합 계	2,488	100	합 계	494	100
의생활 정보탐색 유무	N	백분율(%)	중점적으로 보는 정보	N	백분율(%)
예	461	91.1	패션 코디 정보	126	25.7
아니오	45	8.9	스타 패션 소개	21	4.3
			최신 유행경향	234	47.8
			브랜드 소식	48	9.8
			신상품 소개	45	9.2
			상품 구매	12	2.4
			세탁요령과 관리법	4	0.8
합 계	506	100	합 계	490	100
의생활 정보*	N	백분율(%)	의생활 정보의 검색 빈도	N	백분율(%)
패션·의상 정보 제공	118	23.3	주기적 검색	81	16.6
웹진·웹신문	390	77.1	필요할 때만 검색	293	60
브랜드·패션업체	183	36.2	우연히 들어가면 보는 편	214	23.4
의류 관련단체·교육 기관	335	66.2			
인터넷 쇼핑몰	278	54.9			
개인 홈페이지	377	74.7			
합 계	1,681	100	합 계	488	100
의생활 정보 접속 경로	N	백분율(%)	의생활 정보의 만족정도	N	백분율(%)
친구·가족	17	3.9	매우 불만	2	0.4
검색엔진(야후·심마니)	385	87.9	불만	40	8.2
신문·잡지	22	5.2	보통	355	72.4
기타	13	3	만족	89	18.2
			매우 만족	4	0.8
합 계	437	100	합 계	490	100

\*중복응답자가 있는 문항임.

차지하고 있는 것으로 나타나 많은 학생들이 인터넷에서 제공되는 의생활 정보에 높은 관심을 가지고 있는 것으로 볼 수 있다. 인터넷상에서 이용하는 의생활 정보 내용은 웹진 및 웹 신문 사이트(77.1%)가 가장 높고, 개인 홈페이지(74.7%)도 거의 비슷한 수준이며, 의류관련단체 및 교육기관 사이트(66.2%)도 상당수가 활용하고 있음을 알 수 있다. 의생활 정보 접속경로는 야후나 삼마니 등의 검색엔진(87.9%)을 통하여 접속하는 학생이 절대 다수로 나타난 반면 신문·잡지 등 다른 매체를 통하거나 친구 및 가족 등을 통해 간접적인 경로를 통하는 경우는 극히 일부로 나타나, 인터넷을 통해 의생활 정보를 얻는 경향이 보편화되어 있음을 알 수 있다. 의생활 사이트를 이용하는 주된 목적으로는 의류제품 및 패션에 관한 정보를 얻기 위해서(56.5%)가 과반수를 차지하고 있으며 습관적으로 이용하는(0.6%) 사람은 극소수였다. 의생활 관련 사이트 접속시 중점적으로 보는 정보는 최신 유행 경향(47.8%)이라고 응답한 사람이 전체 조사대상자의 거의 반을 차지하였다. 의생활 정보 사이트의 검색 빈도는 필요할 때만 검색한다는 경우가 60%로 가장 많았고 우연히 사이트에 들어가면 보는 편이 23.4%, 주기적으로 검색하는 경

우가 16.6%였다. 인터넷상의 의생활 정보에 대한 만족 정도는 보통이상으로 만족해하는 학생이 91.4%로 절대 다수를 차지하였다.

### 3. 인터넷 의생활 정보에 대한 대학생들의 만족도 요인분석

본 연구에서 분석하고자 하는 인터넷 의생활 정보 만족도에 관한 평가항목이 어떠한 요인적 특성으로 구성되어 있는가를 알아보기 위해 요인분석을 실시한 결과 <표 3>과 같이 16개 항목에 대해 3개 요인이 추출되었다. 첫 번째 요인은 정보의 접근용이성과 신속성, 검색의 용이성 등으로 구성되어 있는데, 이는 인터넷정보가 갖추어야 할 기본적인 속성들이므로 '정보의 용이성과 신속성'으로 명명하였다. 두 번째 요인은 다른 의생활 정보 제공매체와 비교할 때 인터넷 정보의 다양성과 신뢰성, 정확성 등의 내용으로 구성되어 있으므로 '정보의 다양성과 신뢰성'으로 명명하였다. 세 번째 요인은 사이트의 관련정보 링크, 쇼핑물, 정보 갱신 등 부가서비스의 질 및 전반적인 질에 대한 항목으로 구성되어 있으므로 '정보의 우수성'으로 명명하였다. 각 요인의 Cronbach의  $\alpha$ 값은 .60이상이므로 신뢰도에 문제가 없는

<표 3> 인터넷 의생활 정보에 대한 대학생들의 만족도 요인분석

(N=494)

만족도	항 목	요인 적재량	Cronbach $\alpha$
정보의 용이성과 신속성	1. 원하는 내용을 쉽고 빠르게 찾을 수 있다	.750	0.74
	2. 웹사이트가 무료이므로 여러 정보들을 마음껏 볼 수 있다	.664	
	3. 흥미롭고 유용한 내용들이 많다	.630	
	4. 전문화되어 있어 관련 소식들을 자세하게 접할 수 있다	.587	
	5. 최신 패션정보를 빨리 접할 수 있다	.462	
	6. 지난 패션정보도 쉽게 찾을 수 있다	.398	
정보의 다양성과 신뢰성	1. 웹사이트의 패션정보는 믿을 만 하다	.795	0.68
	2. 웹사이트의 패션정보는 비교적 정확한 편이다	.790	
	3. 다른 매체(신문,잡지,TV)보다 다양한 패션정보를 얻을 수 있다	.586	
	4. 다른 매체(신문,잡지,TV)보다 비용이 절감된다	.505	
	5. 내가 원하는 시간에 알고 싶은 패션 정보를 쉽게 접할 수 있다	.472	
정보의 우수성	1. 쇼핑물이 잘 되어 있다	.686	0.70
	2. Q&A서비스가 잘 되어 있다	.674	
	3. 새로운 정보를 그때그때 신속하게 갱신한다	.595	
	4. 사이트의 전반적인 질이 좋다	.592	
	5. 관련 정보의 링크가 잘 되어 있다	.542	



것으로 판단된다.

#### 4. 개인적 특성, 컴퓨터관련 특성에 따른 의생활 정보 이용목적의 차이

개인적 특성, 컴퓨터 관련 특성과 의생활 정보 이용목적의 교차분석결과는 <표 4>와 같다. 개인적 특성 중 조사대상자의 전공과 학년에 따라서 의생활 정보를 이용하는 목적에 차이를 보였고, 컴퓨터 관련 특성 중에서는 하루에 인터넷에 접속하는 회수, 컴퓨터 이용능력, 컴퓨터 이용기간 및 정보검색빈도에 따라서 유의적인 차이를 보였다.

전공과 의생활 정보 이용목적의 교차분석 결과 통계적으로 매우 유의한 것으로 나타났다. 기타계열의 전공자가 의류계열 전공자보다 패션정보를 얻기 위해서, 또는 시간을 보내기 위해서 인터넷의 의생활 정보를 이용하는 경향이 컸으며, 의류계열 전공자는 기타계열 전공자에 비해 업무나 학업을 위해 의생활 정보를 이용하는 경향이 있었다. 이는 의류학 전공자의 경우 단순히 패션정보를 구하거나 시간소일을 위해서 인터넷 의생활 정보를 이용하기보다는 전공과 관련된 자료를 탐색하고 수집하고자 하는 구체적인 목적을 가지고 사이트를 방문하기 때문인 것으로 볼 수 있다. 학년과 정보이용목적의 교차분석 결과 유의수준 5%에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 4학년이 다른 학년에 비해 정보를 얻기 위하여 사용하는 경우가 상대적으로 높게 나타났으나 업무나 학업을 위해서 사용하는 경우는 1학년이 높게 나타났다.

1일 인터넷 접속회수에 따른 의생활 정보 이용목적의 교차분석 결과 1일 1~2회 접속하는 사람이 패션정보나 의류상품 구매를 위하여 의생활 정보를 이용하는 경향이었으며 3회 이상 접속하는 사람은 업무나 학업 또는 시간을 보내기 위하여 의생활정보를 이용하는 경향이었던 것으로 나타났다.

컴퓨터 이용능력에 따른 의생활정보 이용목적의 차이는 스스로 능숙하다고 생각하는 사람의 경우 패션정보 획득을 위하여 의생활 정보를 이용하는 경향이었고 상대적으로 컴퓨터 이용능력이 떨어진다고 생각하는 사람은 업무나 학업을 위하여 의생활 정보를 이용하는 것으로 나타났다.

한편 인터넷 이용기간에 따라서 3년 이상 이용한

사람이 패션정보를 획득하기 위하여 사용하는 경우가 가장 높게 나타났고 반면 2년 이하 이용한 사람은 업무나 학업을 위하여 이용하는 것으로 나타났다. 이러한 현상은 학년과 관련하여 인터넷 이용기간이 긴 고학년의 경우 패션정보획득에, 인터넷 이용기간이 짧은 저학년은 업무나 학업을 위하여 의생활정보를 이용하는 것으로 볼 수 있다.

정보 검색 빈도에 따른 의생활 정보 이용목적은 주기적으로 검색할 경우는 패션정보를 얻기 위하여, 필요시 검색할 경우는 업무나 학업을 위하여, 우연히 사이트에 들어가는 경우는 뚜렷한 목적 없이 시간 보내기 위해서 검색하는 경향으로 나타났다. 즉 검색빈도가 높을수록 빠르게 변화되는 패션정보의 경향을 추구하는 목적이 같다고 볼 수 있다.

따라서 의류학을 전공할수록, 저학년일수록, 인터넷에 접속을 많이 할수록, 스스로 컴퓨터 이용능력이 떨어진다고 생각할수록, 필요시에만 정보를 검색하는 경우 등 이러한 특성에 따른 의생활 정보 이용목적은 업무나 학업을 위해서 탐색한다고 하는 공통 목적을 가지고 있었다. 이러한 현상은 단순한 소일거리로 보다는 구체적인 목적의식을 가지고 정보를 구하고자하는 대학생들의 긍정적인 태도를 엿볼 수 있다.

#### 5. 개인적 특성, 컴퓨터 관련 특성에 따른 의생활 정보 만족도의 차이

의생활 정보를 탐색한 경험이 있는 학생들을 대상으로 개인적 특성, 컴퓨터 관련 특성에 따른 정보 만족도를 비교하기 위하여 t검정 및 F검정을 실시한 결과는 <표 5>와 같다.

전공에 따라서는 용이성과 신속성, 우수성 만족도에서 유의한 차이를 나타내었으며, 기타계열대상자가 의류계열대상자보다 의생활 정보의 용이성 및 신속성과 우수성에 보다 만족하는 것으로 나타났다. 즉 웹사이트 정보에 대한 만족도에 있어서는 기타계열 학생이 의류계열 학생보다 흥미롭고, 유용하고, 신속하며 최신 정보 접근이 쉽다고 생각할 뿐만 아니라 패션정보의 다양성과 신뢰성 측면에서 보다 만족하는 것으로 볼 수 있다.

학년에 따라서는 우수성 만족도에서만 유의적인 차이를 보였는데, 1학년이 사이트의 우수성에 가장

<표 4> 개인적 특성, 컴퓨터 관련 특성에 따른 의생활 정보 이용목적

		의생활 정보 이용목적				전체	$\chi^2$
		패션정보 획득	의류상품 구매	업무나 학업	시간 보내기		
		빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)		
성 별	남	31(47)	6(9)	21(31)	8(12)	66(100)	7.418
	여	229(59)	13(3)	117(30)	29(7)	388(100)	
전 체		260(57)	19(4)	138(30)	37(8)	454(100)	
전 공	의류계열	112(55)	2(1)	80(39)	9(4)	203(100)	27.613***
	기타계열	130(59)	15(6)	47(21)	26(11)	218(100)	
전 체		242(57)	17(4)	127(30)	35(8)	421(100)	
학 년	1	49(52)	4(4)	37(39)	3(3)	93(100)	17.655*
	2	48(48)	6(6)	35(35)	10(10)	99(100)	
	3	79(59)	5(3)	39(29)	9(6)	132(100)	
	4	83(64)	4(3)	26(20)	15(11)	128(100)	
전 체		259(57)	19(4)	137(30)	37(8)	452(100)	
월수입	200 만원 미만	29(2)	2(3.4)	22(37.9)	5(8.6)	58(100)	2.252
	200만원대	74(58.3)	5(3.9)	36(28.3)	12(9.4)	127(100)	
	300 만원 이상	98(59.4)	6(3.6)	47(28.5)	14(8.5)	165(100)	
전 체		201(57.4)	13(3.7)	105(30.0)	31(8.9)	350(100)	
한달 의류 구입비	4만 이하	73(57.0)	2(1.6)	43(33.6)	10(7.8)	128(100)	10.176
	5~9만원	92(52.9)	12(6.9)	56(32.2)	14(8.0)	174(100)	
	10만 이상	89(65.0)	4(2.9)	33(24.1)	11(8.0)	137(100)	
전 체		254(57.9)	18(4.1)	132(30.1)	35(8.0)	439(100)	
1일 접속 회수	1회 이하	95(53.1)	3(1.7)	68(7.3)	13(7.3)	179(100)	14.163*
	1~3 회 미만	81(61.8)	9(6.9)	31(23.7)	10(7.6)	131(100)	
	3회 이상	85(59.9)	8(5.6)	35(24.6)	14(9.9)	142(100)	
전 체		261(57.7)	20(4.4)	134(29.6)	37(8.2)	452(100)	
1일 접속 시간	90분 이하	96(60.4)	2(1.3)	49(30.8)	12(7.5)	159(100)	6.359
	91~150분 미만	75(54.7)	9(6.6)	42(30.7)	11(8.0)	137(100)	
	150분 이상	90(57)	9(5.7)	45(28.5)	14(8.9)	158(100)	
전 체		261(57.5)	20(4.4)	136(30.0)	37(8.1)	454(100)	
컴퓨터 이용 능력	매우 능숙	8(61.5)			5(38.5)	13(100)	42.375***
	능숙	89(67.4)	6(4.5)	26(19.7)	11(8.3)	132(100)	
	보통	116(55.0)	11(5.2)	68(32.2)	16(7.6)	211(100)	
	떨어짐	39(49.4)		35(44.3)	5(6.3)	79(100)	
전 체		260(57.4)	19(4.2)	137(30.2)	37(8.2)	453(100)	
컴퓨터강좌 수강기회	있다	184(58.8)	16(5.1)	88(28.1)	25(8)	313(100)	4.232
	없다	76(53.9)	3(2.1)	50(35.5)	12(8.5)	141(100)	
전 체		260(57.3)	19(4.2)	138(30.4)	37(8.1)	454(100)	
이용 기간	2년 이하	65(48.9)	6(4.5)	53(39.8)	9(6.8)	133(100)	12.713*
	2~3년	104(59.4)	8(4.6)	51(29.1)	12(6.9)	175(100)	
	3년 이상	93(63.7)	5(3.4)	32(21.9)	16(11.0)	146(100)	
전 체		262(57.7)	19(4.2)	136(30.0)	37(8.1)	454(100)	
정보 검색 빈도	주기적	65(80.2)	2(2.5)	12(14.8)	2(2.5)	81(100)	46.853***
	필요시	138(50.5)	15(5.5)	104(38.1)	16(5.9)	273(100)	
	우연히	56(57.1)	2(2.0)	21(21.4)	19(19.4)	98(100)	
전 체		259(57.3)	19(4.2)	137(30.3)	37(8.2)	452(100)	

\*p<.05, \*\*\*p<.001.

〈표 5〉 개인적 특성, 컴퓨터 관련 특성에 따른 의생활 정보 만족도의 차이

변수	만족도 요인			
		용이성과 신속성	다양성과 신뢰성	우수성
성별	남	3.45	3.46	3.05
	여	3.44	3.45	3.04
	t	.049	.118	.082
전공	의류계열	3.38	3.49	2.98
	기타계열	3.49	3.41	3.08
	t	-2.095*	1.718	-2.005*
학년	1학년	3.55	3.48	3.15
	2학년	3.42	3.50	3.06
	3학년	3.36	3.43	2.96
	4학년	3.48	3.44	3.05
	F	2.50	.375	3.159*
월수입	200만원 미만	3.36	3.47	2.96
	200만원대	3.47	3.50	3.10
	300만원 이상	3.46	3.44	3.03
	F	.861	.561	1.366
한달 의류 구입비	4만 이하	3.43	3.48	3.11
	5~9만원	3.45	3.49	3.02
	10만 이상	3.46	3.42	2.99
	F	.089	.850	1.899
1일 접속 회수	1회 이하	3.47	3.45	3.04
	1~3회 미만	3.45	3.48	3.05
	3회 이상	3.41	3.45	3.02
	F	.347	.184	.140
1일 접속 시간	90분 이하	3.42	3.38	3.03
	91~150분 미만	3.49	3.52	3.00
	150분 이상	3.43	3.48	3.09
	F	.722	2.903	1.314
컴퓨터 이용 능력	매우 능숙	3.53	3.42	3.02
	능숙	3.50	3.53	3.03
	보통	3.50	3.43	3.08
	떨어짐	3.43	3.41	2.99
	매우 떨어짐	3.37	3.46	2.95
F	.829	1.068	.720	
컴퓨터 강좌 수강 기회	있다	3.45	3.47	3.07
	없다	3.43	3.34	2.97
	t	.349	.670	1.991*
이용 기간	2년이하	3.42	3.43	3.00
	2~3년	3.47	3.48	3.04
	3년이상	3.41	3.44	3.06
	F	.443	.456	.451
정보 검색 빈도	주기적	3.59	3.59	3.04
	필요시	3.43	3.46	3.05
	우연히	3.38	3.35	3.02
	F	3.759*	5.330**	.149

\*p<.05, \*\*p<.01.

만족하는 것으로 나타났다.

컴퓨터와 관련된 특성으로서 컴퓨터강좌 수강유무에 따라 만족도에 차이가 있었는데 컴퓨터 관련강좌 수강기회를 가진 사람이 가지지 않은 사람에 비해 우수성에 대해 더 만족하는 것으로 나타났다.

의생활 정보 검색 빈도에 따라서는 용이성과 신속성, 다양성과 신뢰성 만족도에서 유의적인 차이가 나타났는데 정보를 주기적으로 검색하는 사람이 정보의 용이성과 신속성, 다양성과 신뢰성에 대해 가장 만족하는 것으로 나타났다. 따라서 정보의 검색 빈도가 높을수록 정보에 대한 만족의 정도가 높다는 것을 입증하고 있다.

그 외 월수입, 한달 의류 구입비, 하루 접속회수 및 접속시간, 컴퓨터 이용 능력 및 이용기간에 따른 만족도에는 통계적으로 유의한 차이는 없었다.

따라서 의생활 정보에 대한 태도는 의류학 전공자보다는 비전공자인 경우, 1학년이 다른 학년에 비해, 컴퓨터 관련 강좌를 수강할 경우, 그리고 주기적으로 의생활 정보를 검색하는 경우 보다 더 만족하는 긍정적인 태도를 나타내었음을 알 수 있다.

## 6. 의생활 정보 만족도에 영향을 미치는 요인

본 연구에서는 조사 대상자들이 지각하는 의생활 정보 전반에 대한 만족도에 개인적 특성과 컴퓨터 관련 특성 등이 영향을 미치는 것으로 보고, 이러한 요인들이 의생활 정보 만족도에 미치는 독립적인 영향력을 분석하기 위해 중회귀 분석을 실시한 결과는 〈표 6〉과 같다.

조사대상자의 개인적 특성과 컴퓨터 관련 특성중 성별과 의생활 정보의 검색빈도가 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났는데 그 중에서도 검색빈도(-.202)가 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인터넷에서 의생활 정보를 검색하는 회수가 낮을수록 검색한 정보에 만족해 하는 것으로 나타났는데, 이와 같은 결과는 조사대상자들이 필요한 정보를 검색하기 위해 여러 사이트를 방문하면서 시간을 보내기보다는 원하는 정보를 얻을 수 있는 소수의 사이트를 이미 알고 있는 상태에서 필요시에만 최소한의 검색을 통해 서로 만족할만한 정보를 얻을 수 있기 때문에 검색빈도가 낮을수록 오히려 구한 정보에 대해서는 만족하는 것으로 볼 수 있다.

〈표 6〉 인터넷 의생활 정보 만족도에 대한 중회귀 분석

	의생활 정보 만족도	
	B	$\beta$
성 별	-.268	-.169***
전 공	3.551E-03	.003
학 년	-6.385E-02	.116
월수입	-4.592E-05	-.010
한달 의류 구입비	1.318E-03	.011
1일 접속회수	-3.479E-02	-.128
1일 접속시간	-1.498E-04	-.028
능 력	-4.258E-02	-.065
컴퓨터강좌 수강기회	4.624E-02	.038
이용기간	2.278E-03	.060
정보검색빈도	-.175	-.202***
상 수	3.997	
F값	2.869**	
R-square	.096	
Adj-square	.063	

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001.

성별에 따라서는 여학생의 만족도(-.169)가 남학생 보다 낮게 나타났는데 여학생은 남학생에 비하여 현재 인터넷에서 제공되는 의생활 관련 정보에 더 많이 관심을 가질 뿐만 아니라 기대수준도 그 만큼 높기 때문에 현재보다 나은 정보를 요구하는 것으로 사료된다.

## V. 결론 및 제언

인터넷 정보는 폭발적으로 증가되고 있고, 그 내용도 점차 다양화되고 있으므로, 이용자의 선택의 폭도 넓어지고 있다. 또한 정보의 양적 팽창과 함께 질적으로도 세분화, 전문화되고 있으므로 이용목적에 따라 정보의 차별화가 이루어지고 있다. 이러한 추세의 변화는 인터넷 정보 이용자 수가 증가하면서 이용자들의 요구가 더욱 다양해지고 질적으로도 높아진다는 것을 의미한다. 우리 나라의 인터넷 이용률은 급속도로 증가하여 전체 인구 중에서도 대학생의 인터넷 이용률이 가장 높다는 사실을 볼 때 대학생들은 인터넷을 활용하여 정보를 탐색할 수 있는 능력과 시간적 여유가 있는 특성을 가지며 학업과

진로 탐색에 도움이 되는 정보를 목적으로 하는 차별화된 욕구와 태도를 가진다고 볼 수 있다.

본 연구에서는 대학생들의 인터넷 의생활 정보를 탐색할 때 어떤 목적을 가지고 정보를 탐색하며 다양한 정보에 대해서 어느 정도 만족하는가를 알아보기 위해 인터넷 정보 만족도가 어떠한 요인으로 형성되는지를 분류하고, 개인적 특성과 컴퓨터 관련 특성의 변수들이 의생활 정보의 이용목적과 만족도에 어떠한 영향을 미치는가를 분석하였다.

1. 분석결과 조사 대상자는 여학생의 비율이 훨씬 높았고, 학년별로는 거의 비슷한 비율이었지만 3학년과 4학년의 비율이 다소 높았다. 이들은 하루 평균 인터넷 접속을 2회 이상하며 2시간 24분 정도를 소비하는 것으로 나타나 인터넷 이용이 일상화되었음을 알 수 있다.

2. 인터넷 의생활 정보에 대해 조사대상자들이 평가하는 만족도의 항목을 요인 분석한 결과 정보의 용이성과 신속성, 정보의 다양성과 신뢰성, 정보의 우수성으로 분류되었다.

3. 개인적 특성, 컴퓨터 관련 특성에 따른 의생활 정보 이용 목적의 차이는 개인적 특성중 전공과 학년에 따라서 차이를 보였고 컴퓨터 관련 특성 중에서는 1일 인터넷 접속회수, 컴퓨터 이용능력, 컴퓨터 이용기간 및 인터넷 의생활 정보검색 빈도에 따라 유의적인 차이를 보였다. 전공에 따라서는 기타 계열 전공자가 패션 정보나 시간 소일을 위해 인터넷 의생활 정보를 이용하는데 비해 의류학 전공자는 전공과 관련된 자료를 탐색하고 수집하고자 하는 구체적인 목적을 가졌음을 입증해 주는 것으로 볼 수 있다. 학년에 따라서는 4학년이 다른 학년에 비해 정보를 얻기 위해 사용하는데 비해 1학년은 업무나 학업을 위해 사용하는 경우가 높게 나타났다. 이러한 현상은 4학년 졸업 후 취업이나 진로문제 때문에 정보에 관심을 가지는 반면, 1학년은 학업수행을 위한 정보를 주로 인터넷에서 구하기 때문이라고 사료된다.

1일 인터넷에 접속하는 회수에 따른 이용목적 차이를 볼 때 하루 1~2회 검색하는 경우는 패션정보나 의류상품 구매를 위하여서이고 3회 이상 접속하는 사람은 업무나 학업을 위해서나 때로는 시간소일을 위하여 이용하는 경향이였다.

컴퓨터 이용능력에 따라서는 스스로 능숙하다고

생각하는 사람은 패션정보획득을 위해서, 상대적으로 컴퓨터 이용능력이 떨어진다고 생각하는 사람은 업무나 학업을 위하여 정보를 탐색하는 경향이었다.

한편 인터넷 이용기간이 길수록 패션정보획득에, 짧을수록 업무나 학업을 이용하는 것으로 나타났다.

정보검색 빈도에 따라서는 주기적으로 검색할 경우는 패션정보를, 필요시에 검색하는 경우는 업무나 학업을 위하여 이용하는 반면 우연히 사이트에 들어가는 것은 뚜렷한 목적 없이 시간소일을 위해서 검색하는 경향으로 해석된다.

따라서 의류학 이외의 전공자일수록, 저학년일수록, 인터넷에 접속을 적게 할수록, 스스로 컴퓨터 이용능력이 떨어진다고 생각할수록, 필요할 때만 정보를 검색하는 경우는 업무나 학업을 위해서 탐색하는 반면 의류학 전공자의 경우, 고학년일 때, 컴퓨터 이용기간이 길고 이용능력이 능숙할 때, 주기적으로 검색하는 경우는 정보 획득을 위해 이용하는 경향이 있었다. 이러한 차이는 주로 전공과 학년에 따른 정보 이용능력의 차이에 기인한다고 볼 수 있다.

4. 또한 대학생들의 개인적 특성. 컴퓨터 관련 특성에 따른 의생활 정보 만족도를 비교한 결과 유의적인 차이를 나타낸 변수는 전공, 학년, 컴퓨터 수강 기회의 유무, 의생활 정보 검색의 빈도로 나타났다.

전공에 따라서는 기타계열 학생이 의류계열 학생보다 용이성과 신속성, 우수성에 더 만족해 하였다. 즉 기타 계열 학생이 의류계열 학생보다 인터넷 의생활 정보의 용이성, 신속성 등에 대해 전반적으로 긍정적인 평가를 하는 것으로 볼 수 있다.

학년에 따라서는 1학년이 우수성에 대해 가장 만족하였다. 이러한 결과는 의생활 정보의 전문성에 대하여 1학년은 3학년보다 미흡하므로 웹사이트에서 여러 정보들을 마음껏 볼 수 있거나 최신 패션 정보를 빨리 접할 수 있다는 호기심에서 더 만족해하는 것으로 사료된다.

컴퓨터 강좌 수강기회를 가진 사람이 가지지 않은 사람에 비해 우수성에 대해 더 만족해하고 있는 것은 인터넷을 통해 정보를 탐색하는 과정이 컴퓨터 강좌 수강을 통한 컴퓨터 활용 능력과 관련이 있으므로 컴퓨터 강좌를 수강한 학생들의 인터넷 활용 능력이 더 우수하여 효과적으로 정보를 검색한 결과로 볼 수 있다.

의생활 정보 검색 빈도에 따라서는 용이성과 신속성, 다양성과 신뢰성 만족도에서 정보에 대한 검색 빈도가 높을수록 정보의 만족 정도가 높았다. 따라서 주기적으로 의생활 정보를 검색할 때 보다 긍정적 태도를 나타내었음을 알 수 있다.

5. 대학생들의 개인적 특성과 컴퓨터 관련 특성이 의생활 정보 만족도에 미치는 독립적인 영향력을 분석한 결과 성별과 정보 검색빈도가 유의한 영향력을 미쳤다. 여학생의 만족도가 남학생에 비해 낮았는데, 의생활정보에 대한 요구도 및 필요성은 여학생에게서 더 높은 실태를 감안할 때 여학생들이 남학생에 비해 더 다양하고 수준 높은 의생활 정보를 필요로 하여, 이들의 욕구를 충족시킬 수 있는 의생활 정보의 질적 개선이 필요함이 시사된다.

한편 정보검색의 빈도가 낮을수록 정보 만족도가 낮았는데, 이는 검색의 효율성과 관련하여 시간을 적게 투자하고도 짧은 시간 내에 효과적으로 정보를 얻을 수 있기 때문인 것으로 볼 수 있다.

이상의 결과를 통해 대학생들의 전공과 학년은 의생활 정보의 이용목적과 정보 만족도에 차이를 가져오는 공통적인 변수임이 확인되었다. 따라서 현재 인터넷을 통해 의생활 정보를 제공하고 있는 수많은 사이트나 검색엔진 등은 이용자의 전공에 따른 이용 목적 및 연령에 따른 관심사의 차이 등을 고려한 세분화되고 차별화된 정보를 구축해야 할 것으로 보인다.

예를 들어 인터넷상의 정보들은 접속하는 모든 이용자들에게 개방되어 있으나, 의류학 관련 전공자들은 일반화된 정보보다는 학업 보조 또는 심화 학습 자료, 더 나아가 취업 정보 등을 더 필요로 할 것이다. 따라서 의류학 전공자들이 주 이용 대상이 되는 자료실, 커뮤니티 등을 운영하는 방법을 고려해 볼 수 있다.

또한 대학생 집단내에서도 개개인의 학년에 따라 정보 만족도에 차이가 있는 결과를 통해 정보 이용자의 연령 세분화가 이루어져야 할 것으로 보인다. 즉, 의생활정보에 대한 욕구나 검색 경험 면에서 신입생의 경우와 고학년의 경우는 상당한 격차가 있을 수 있으므로 사이트 운영자는 대학생 이용자 중에서도 학년이나 연령에 따라 세분화된 정보 제공 전략을 운영해 나가며 같은 맥락에서 성인집단, 중고생

집단에 대해서도 매우 세분화된 정보 제공 및 운영 전략이 필요하다.

또한 컴퓨터와 관련된 특성 중 컴퓨터 강과 수강 기회와 정보검색빈도는 정보 만족도에 차이를 가져 오는 것으로 나타났는데, 이를 통해 인터넷 정보활용과 관련된 많은 현상은 우선적으로 컴퓨터를 조작하고 활용하는 개인의 능력이나 검색빈도 및 검색 시간과 관련된 활용정도와 밀접한 관련을 갖는다고 하겠다. 그러나 검색빈도가 정보 만족도에 부정적 영향을 미친 것은 인터넷 검색에 지나치게 시간을 소비하는 현상이 이용자에게는 결코 효율적이지 못하며, 정보제공자에게는 질적으로 우수한 정보 제공이 양적인 풍부함보다 더 중요하다는 점을 시사해 준다.

본 연구는 인터넷 이용률이 가장 높은 대학생들 대상으로 하였지만 대구, 경북 지역을 한정시켜 조사를 실시한 한계가 있다. 현재로서는 대학생들의 인터넷 이용률이 포화상태에 이르러 인터넷을 일상적으로 이용하는 계층이라고 할 수 있으나 앞으로는 대학생 이외의 연령층이나 집단에 대한 연구가 이루어져 각 집단의 인터넷 정보 이용율과 연령에 따른 정보이용의 제약이나 문제점이 조사되어야 하겠다. 조사 대상자의 성 구성비가 여학생에게 치우친 문제가 있는데, 이는 의생활에 대한 관심도가 아직 남학생보다는 여학생에게서 더 높고 일반화되어 있다는 현상을 반영하는 것이기도 하다. 또한 본 연구에서는 인터넷 의생활 정보를 제공해주는 사이트를 구분하여 제시해주지 않았으나, 의생활정보를 제공해주는 사이트는 매우 다양하므로 앞으로는 이들 사이트 제공자를 분야별로 구분하여 제시하거나 부분적으로 제시함으로써, 분야별 정보의 차이점 및 만족도의 차이들을 비교하는 작업도 필요할 것으로 사료된다.

### 참고문헌

고영숙 (1998). 인터넷을 활용한 패션마케팅 전략 연구, 국민대학교 석사학위논문.  
 김소영 (2001). 인터넷 패션 쇼핑물 선택 및 만족·불만족 요인, 경희대학교 석사학위논문.  
 김희수 (2000). 인터넷이용자의 패션 웹사이트 이용

실태와 정보 만족도에 관한 연구, 서울여자대학교 석사학위논문.

김재휘, 박유진, 김지호 (2000). 사이트 구성요소에 대한 평가가 사이트 태도에 미치는 영향, *한국심리학회지*, 제1권 제1호.  
 문병준, 손용석 (2000). 인터넷을 통한 소비자 정보탐색 및 구매행동에 영향을 주는 요인 : 개념적 연구, *소비자학연구*, 제11권 제4호.  
 박윤숙 (1994). PC통신의 정보 검색 이용자의 특성과 만족도에 관한 연구, 숙명여자대학교 석사학위논문.  
 박현옥 (2001). 주거 관련 정보 사이트의 평가기준 설정에 관한 연구, *한국생활과학회지*, 제10권 제1호.  
 설재순 (1998). 인터넷 이용자의 패션 웹사이트 이용 행태에 따른 충족요인에 대한 연구, 중앙대학교 석사학위논문.  
 이순자 (1999). 컴퓨터를 이용한 패션정보 활용과 디자인 기획에 관한 연구, *한국외류산업학회지*, 제1권 제2호.  
 이은경 (1986). 청소년 소비자의 정보탐색활동에 관한 일 고찰 -소비자교육적 측면을 중심으로-, 이화여자대학교 석사학위논문.  
 이연정 (2000). N세대의 인터넷 패션상품 정보탐색과 의복구매행동에 관한 연구, 숙명여자대학교 석사학위논문.  
 온소원 (1999). 패션 인터넷마케팅 활동에 관한 연구 - 패션 관련 웹사이트를 중심으로-, 홍익대학교 석사학위논문.  
 유충열 (1992). 정보통신서비스 수용 및 확산에 관한 연구 -PC 통신을 중심으로-, 중앙대학교 석사학위논문.  
 Chen, Q. and Wells. D. (1999). Attitude toward the site, *Journal of Advertising Research*, 27-37.  
 Sirka L. Jarvenppa and Peter A. Todd. Consumer Reactions to Electronic Shopping on the World Wide Web, *International Journal of Electronic Commerce*, Winter 1996-97, Vol. 1 No. 2.  
 한국인터넷 정보센터 (<http://www.nic.or.kr>).  
 패션코리아 (<http://www.fashionkorea.co.kr>).  
 인터넷한겨레 (<http://www.hanni.co.kr>).