

## 패션정보산업 종사자의 직무 스트레스 요인에 관한 질적연구

허진희 · 구양숙\*

경북대학교 의류학과

\*장수생활과학연구소

### The Qualitative Study on the Job Stressors of Fashion Information Providers

Jin-Hee Hur and Yang-Suk Ku\*

Dept. of Clothing & Textiles, Kyungpook National University, Daegu, Korea

\*Center for Beautiful Aging, Daegu, Korea

**Abstract :** The purpose of this study was to investigate job stressors of information planning process and the relevant affairs of Fashion Information Providers, using the qualitative research method. This study was performed by interview with 14 fashion information planning providers from April to May in 2007. In the information planning process, there were five steps on fashion information providers' recognitions of stressors: information gathering, analysing, planning, presenting and evaluating. In the relevant affairs of fashion information activities, job stressors consisted of task related stressors, role related stressors, organization related stressors, personal characteristics, and outsides of organization related stressors.

**Key words :** fashion information, fashion forecasting, fashion information provider's job stressors

#### 1. 서 론

최근 정보통신의 발달로 패션 정보를 기획하는 패션 정보사, 패션 기업, 소비자들은 기존의 계층적 정보 전달 관계에서 탈피하여 서로 관련 정보를 공유하는 시점에 이르고 있다. 특히 개인적인 블로그나 미니홈피 등을 이용한 정보 유통기의 양상은 고급정보에 대한 접근성을 높이나 궁극적으로는 정보 가치를 하락시키고 있다. 이와 같은 변화와 발달은 패션산업을 선도해야 할 패션정보산업의 상황 악화와 경쟁 심화로 이어지고 있다.

패션산업에서 정보의 의미는 상품 기획의 정확성을 높이기 위한 것으로, 패션산업 전반의 능률을 올리는 것과 관련되며 일반적으로는 정확한 상품기획을 위한 예측 정보로 이해될 수 있다(고은주, 2001; 이윤숙, 1988). 이와 같이 패션정보의 중요한 역할은 상품기획 시 예측의 정확성을 높이는데 있으며, 패션정보 제공자들은 이용자들의 만족도를 극대화시킬 수 있는 정보 제공을 위해 다양한 노력을 하고 있다. 그러나 너무 많은 정보의 난립, 단축된 패션주기 등은 예측을 어렵게 하고 있으며, 과거에 비해 예측 오차는 높게 나타나고 있다(Bruce-Daly, 2006).

이러한 시장 상황의 영향으로 상품 기획자들 역시 자신들에게 필요한 정보를 직접 수집하여 오차의 한계를 줄이고 예측의 정확성을 높여 전략적 기획 시대에 추진력을 강화시키려는 노력을 하고 있다. 이렇듯 변화를 지향하는 수많은 요소가 범람하는 패션산업의 현 실태는 패션 정보제공자에게 다양한 스트레스를 유발시킬 것이다.

업무에 있어 스트레스란 개인의 정신적·심리적 불균형을 가져오는 내적 상태로 스트레스 과다는 궁극적으로는 작업성고를 저하시키는 요인으로 작용하게 된다(유희숙·박광희, 2003). 즉, 정보제공자들의 업무와 관련된 스트레스 및 갈등 요인은 궁극적으로는 업무의 결과물인 기획정보에도 영향을 미치게 될 것이다. 따라서 정보 이용자가 만족하는 정보제공을 위해 패션 정보제공자의 대표 업무인 정보기획 과정과 일반 업무 과정을 통해 정보 업무의 문제점과 스트레스 요인을 깊이 있게 성찰해 보아야 할 필요성이 제기된다.

현재까지 진행된 패션정보산업관련 연구는 정보사에서 발신하는 트렌드 정보 자체에 대한 분석(김도연, 2001; 이인성, 2003), 상품기획 시 정보이용(송미령, 1993; 정송향, 2004), 패션 정보사 현황 파악과 기획 프로세스(서희정, 2004; 윤선미, 2006; 이윤숙, 1988; 최호정·하지수, 2005) 측면에서 이루어 졌을 뿐 정보 산업의 문제점을 분석하거나 정보 제공자들을 대상으로 하는 연구는 이루어지지 않고 있다.

이에 본 연구에서는 질적연구를 통해 패션정보제공자의 업

Corresponding author; Yang-Suk Ku  
Tel. +82-53-950-6223, Fax. +82-53-950-6219  
E-mail: yskoo@knu.ac.kr

무에 영향을 미치는 스트레스 요인을 심층적으로 규명하고자 한다. 이를 위한 구체적인 연구 목적은 첫째, 패션정보 제공자의 정보기획 과정 중 나타나는 스트레스 및 갈등 요인을 알아 보고 둘째, 업무 전반에 영향을 미치는 스트레스 요인을 심도 있게 살펴보는 데 있으며, 이를 통해 패션 정보 산업의 현 실태를 효율적으로 개선하고 직무 만족도를 높여 궁극적으로는 직무성과인 기획정보의 품질을 높이는데 이바지하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 패션정보

#### 2.1.1. 패션정보 및 패션정보서비스

패션 산업에서 정보란, 기업의 상품개발에 실제적인 도움이 되는 것으로 패션에 관련된 제반정보를 의미하며(송미령, 1993) 좁은 의미로는 패션경향을 분석하기 위한 패션트렌드 정보를 의미한다. 이러한 패션정보는 크게 마켓 정보, 소비자 정보, 패션 트렌드 정보로 나뉘어지고 있으며, 이 외에 거시적 환경 정보와, 학술정보, 관련 산업 정보가 포함되어 있다(고은주, 2001; 오현남, 1997; 정상길, 2006; 정송향, 2004).

일반적으로 트렌드 정보의 개념은 유행과 관련된 정보로 컬러, 소재, 스타일 등과 관련된 예측 정보(한소원, 2003)를 의미하며 상용되고 있으나 트렌드라는 개념은 일시적이고 한시적인 유행보다는 장기적이고 거시적인 개념으로서 이해해야 한다(김경훈 외, 2003; Brannon, 2005; Zandl, 2000). 즉, 사회전반적인 공통적 가치를 바탕으로 마켓, 소비자, 스타일 관련 정보들이 다 포함되는 개념으로서, 패션정보 제공업체의 트렌드 정보 기획이란 단순히 다음 시즌의 유행예측과 관련된 정보뿐만이 아니라 마켓, 소비자, 유행 관련 정보가 모두 포함되는 개념으로 이해되어야 한다.

이러한 패션정보 관련 서비스는 1960년대 후반에 시작되어 패션산업에서 매우 중요한 분야로 성장하고 있으며, 정보서비스를 이용하는 정보이용자의 경우도 어패럴 업체 뿐 아니라 패션에 영향을 받는 모든 분야를 포함하여 매우 다양하다(Jarmow · Dickerson, 1997). 국내외 패션정보서비스 제공 업체의 역할은 패션 업체들에게 패션 트렌드 정보를 제공하는 역할(이인성, 2003)외에도 마켓 정보 및 소비자 경향 분석, 각 업체들이 요구하는 상품기획 관련정보, 브랜드 진단, 전략수립, 시스템 구축과 같은 컨설팅 업무 등을 진행하고 있다. 또한 섬유 업체의 소재기획 및 원사기획, 의류 수출업체 대상 정보지원, 국내의 섬유 패션 관련 전시회 기획까지 다양한 업무를 수행한다.

현재 국내 패션정보제공 업체는 대기업형정보사, 전문기획사, 사내 정보실의 형태로 나누어진다. 대기업형 정보사는 아이에프네트웍, 퍼스트뷰코리아, 한국패션앤드컬러트렌드센터와 같이 200-300여개의 회원을 관리하면서, 대외 세미나와 자체 제작한 정보지 제공을 통해 복종별 포괄적인 트렌드를 발신하는 역할을 하는 형태로 정의할 수 있다. 전문기획사의 경우 거래업체를 위한 일대일 맞춤형 패션정보를 제공하는 기획사들로

현재 모라비안바젤, 씨앤티 유니온, 핀 트렌드, 말콤브릿지, 아이오, 트렌드인코리아, 디자인네트워크, 더밸류체인 등 10여개의 업체가 있으며, 이미지 구축을 위해 외부 세미나를 진행하는 전문기획사가 늘어나고 있다. 사내정보실의 경우 외부 정보를 바탕으로 한 경쟁력 있는 상품기획을 목적으로 90년대 초반부터 활성화 된 기업 내 정보부서이다. 현재 제일모직, SK, 코오롱, 한섬, 대현, 이랜드, 아비스타 등 10여개 이상 업체에서 브랜드 아이덴티티 확립을 위해 운영하고 있으며, 외부 정보사에서 발신하는 정보를 각 브랜드에 맞게 각색하거나 자사 브랜드를 위한 시장 조사 및 기획 정보를 제공하고 있다(최호정·하지수, 2005). 이 외에 국가에서 설립한 한국패션센터, 서울패션디자인센터 등의 기관에서 국책사업으로 섬유 및 패션업체에게 관련정보를 제공하고 있다.

정보제공 형태의 경우 온라인을 통한 정보 제공이 시간적, 거리적, 물리적 제한을 극복할 수 있는 장점(이승엽, 2001)과 6개월 이상의 작업기간이 소요되던 기존의 정보지를 대체(Management Today, 2006)할 수 있다는 경제성 때문에 확대되고 있다.

#### 2.1.2. 패션 트렌드 정보기획

패션 트렌드 정보기획은 조사와 분석, 예측을 통하여 이루어지며 분석은 다양한 변수간의 상관관계를 조사하여 평가하는 것으로 인플루언스, 트렌드 예측을 위한 변화요소 등이 포함된다(Greenwood·Murphy, 1978). Brannon(2005)은 예측을 위한 요소로 패션 분석, 트렌드 분석, 경쟁사 분석을 통한 균형 잡힌 시각을 제시하였으며, Mete(2006)는 패션 조사와 예측을 위한 행동을 시장 현황과 소비자의 구매 행동 연구, 소비자의 라이프스타일 관련 문헌, 판매 수치, 패션쇼, 전시회 참관, 새롭게 제시되는 패션 경향 조사와 경쟁사 조사 및 분석, 다른 디자이너 및 업계전문가와의 대화, 인터넷, 시장과 서점 조사, 대중적 관심이 있는 것들의 관찰 등으로 설명하였다. 국내 패션정보제공업체의 정보기획은 사회문화적 현상으로부터의 다양한 환경 정보를 분석하여 주요 요인을 추출해 내는 것으로부터 시작된다. 환경 분석을 통해 다가올 시즌 트렌드에 영향을 주는 요인을 선별하고, 이를 컨셉 및 테마화 시킨 후 각각에 맞는 컬러, 소재, 스타일 기획을 진행하게 된다(서희정, 2004).

패션산업에서 기획 과정과 관련된 연구는 주로 어패럴 업체의 제품개발 과정을 중심으로 문제정의와 조사, 창의적인 탐색, 실행의 단계로 나누어 연구되어 왔으며(Joe et al., 2004; Pitimaneeyakul et al., 2004; Regan et al., 1998), 패션 트렌드 정보기획 과정 연구에서 한소원(2003)의 경우 정보 수집 및 분석, 예측, 결과물 제작의 3 단계로 나누었고, 전유미(2004)는 국내의 정보회사의 기획 프로세스를 비교 분석하면서 해외 정보사는 정보수집, 분석, 예측과 평가, 정보 가공의 단계를 거치는 것에 비해 국내 정보사는 예측과 평가 과정이 없다고 분석하였다. Brannon(2005)은 패션현상 및 소비자, 문화적 지표, 경쟁사에 관한 조사와 분석, 분석 요소의 통합을 통한 예측단계

로 나누었으며, 최미영·손미영(2007)은 정보수집, 분석, 가공, 제시, 정보 활용의 단계로 나누며 각 프로세스의 단계적 접근 방법에 대해서 제시하였다.

이상의 선행 연구를 통해 패션트렌드 정보 기획 과정은 정보 수집 및 분석, 예측, 정보 전달, 평가의 과정으로 이해할 수 있다.

## 2.2. 직무스트레스

직무스트레스란 개인의 욕구와 이를 만족시켜주는 직무환경과의 부적합 또는 역할갈등으로 인한 심리적 고민이나 불균형 상태로 직무와 관련하여 직무수행자가 받게 되는 신체적·심리적 스트레스를 의미한다(정미영, 2004). 서구의 산업화 국가에서 직무 스트레스는 현 시대의 가장 심각한 역할장에 중 하나로 인식되고 있으며(Daley·Parfitt, 1996), 결과적으로 종업원의 직무 불만족, 신경쇠약, 잦은 결근과 높은 이직, 낮은 책임감, 직업성과의 한계라는 문제를 유발한다(Jamal·Preena, 1998). 이러한 직무 스트레스 유발 요인은 연구 대상이나 조직에 따라 일정치 않으며 선행연구에서도 다소 차이를 나타내고 있다. Cooper·Marshall(1978)은 관리자와 화이트칼라의 스트레스 요인에 대한 연구에서 스트레스 요인을 직무의 고유특성, 조직역할, 조직 내 관계, 경력개발, 조직구조 및 분위기, 조직외부의 장애, 개인의 고유한 특성 등 크게 7개 범주로 나누었으며 Gibson et al.(1985)은 스트레스 요인을 물리적 환경요인, 개인요인, 집단요인, 조직적 요인 등으로 제시하였다(박정원에서 재인용, 2007). 또한 탁진국(2002)은 조직과 개인적 문제를 반영하여 역할모호, 역할갈등, 역할과다, 역할과소, 적성불일치, 부서갈등, 상사갈등, 동료갈등, 의사참여문제, 직무불안정, 승진 및 임금문제, 일-가정 갈등, 환경문제를 직무스트레스 원인으로 분류하였다. 의류학 분야에서의 관련 연구에서는 하유선·정성지(2000)가 어패럴 업계의 전문직 종사자들의 스트레스 유발요인을 직무특성요인, 역할관련요인, 대인관계요인, 경력관계요인으로 정리하였으며 섬유패션산업 종사자들을 대상으로 한 유화숙·박광희(2003)의 연구에서는 물리적 환경관련 요인, 직무관련요인, 조직관련요인으로 분류하였다. 또한 정미영(2004)은 의류 판매원의 직무스트레스 관련 연구를 통해 직무만족에 영향을 미치는 스트레스 요인을 직무특성, 역할관련, 대인관계, 조직관련 요인으로 세분화 하였다. 이와 같은 선행연구에서 직무스트레스를 유발시키는 요인은 다양하며 개인과 집단 및 조직차원에서 직무스트레스는 직무만족, 직무몰입, 직무성과에 부적 영향을 미친다고 설명하고 있다.

본 연구에서는 패션정보제공자의 직무스트레스 유발 요인을 직무관련요인, 역할관련요인, 조직관련요인, 개인요인, 조직외부요인으로 분류하였다.

### 2.2.1. 직무관련 요인

직무관련 요인은 물리적 환경, 직무특성, 작업환경에 의해 발생하는 스트레스 요인이다. 물리적 환경 요인은 소음, 공기오염

과 같은 물리적 환경을 의미하며(정미영, 2004), 직무특성은 직무의 본질적 특성으로 Hackman·Oldham(1976)은 기술다양성, 직무정체성, 직무중요성, 자율성, 피드백으로 요약하였다(박정원에서 재인용, 2007). 작업환경은 시간 압박 및 불량한 작업 조건 등을 의미한다. 즉, 직무관련 요인은 환경이라는 물리적 요인과 직무 그 자체의 특성으로 직무관련 인식이 낮게 되면 직무 스트레스는 증가하게 된다(유화숙·박광희, 2003).

### 2.2.2. 역할관련 요인

역할관련 요인은 조직의 직무위치에 따라 개인에게 주어지는 타인의 기대행동으로 정의할 수 있으며(유화숙·박광희, 2003), 역할갈등과 역할모호성, 역할과다로 분류된다. 역할갈등이란 역할 담당자가 가지고 있는 개인적인 욕구와 조직에서 주어진 역할 사이에서 나타나는 불일치 현상이다. 주로 역할을 수행하는 과정에서 의사결정이 폐쇄적이고 자율성과 창의성이 결여되어 있을 때, 개인의 목표와 가치관이 조직의 목표와 모순될 때, 혹은 필요한 자원, 시간, 능력 등이 부족할 때, 상반된 둘 이상의 역할기대를 받을 때 경험하게 된다(정미영, 2004). 역할 모호성은 직무담당자 역할의 책임, 권한 등의 불명료성 정도를 의미하는 것으로 업무 수행 시 상사의 명령이나 지시가 분명하지 않거나 역할이 분명하지 않아서 업무수행에 지장을 초래하는 것을 의미한다. 역할모호성의 결과는 직무 불만족, 자신감의 결여, 직무성과의 부진 등으로 들 수 있다(Kreitner·Kinicki, 1995). 역할과다는 주어진 업무가 종업원의 신체적, 지식, 기술 등에 비해 많은 양이 주어졌을 때 발생한다. 이러한 역할 과다가 반복되면 종업원의 직무와 관련된 긴장을 유발시키고 작업 동기나 조직에 대한 참여 의지 등이 낮아져 직무만족을 감소시키고 직무성과에도 부정적인 영향을 미치게 된다(이선규, 1991).

### 2.2.3. 조직관련 요인

조직관련 요인은 대인관계, 인사정책, 조직구조나 시스템으로 구성된다. 이는 조직의 의사결정에 참여하는 정도와 역할 수행에 따른 결과로 받는 보상 체계를 포함한다. 직무상의 대인관계에서 발생하는 스트레스는 오해와 갈등을 발생시키며 신뢰도, 지원 등에 부적 영향을 미치게 되므로 대인관계가 나쁠수록 직무에 대한 불만족과 위기감이 발생하게 된다(박정원, 2007). 인사정책은 직무수행의 결과로 조직에서 받는 임금체계, 승진이나 복지와 같은 보상체계 등을 들 수 있으며, 조직이 종업원에게 부여하는 교육, 경력개발도 포함된다. 조직구조 및 시스템은 조직풍토, 집단응집력, 수행실적평가, 작업교대정책, 지도유형으로 세분화된다(Beehr·Newman, 1976). 이와 같은 조직관련 요인은 직무만족과 직무스트레스의 주요한 요인이 되고 있다(Parker·DeCotiis, 1983).

### 2.2.4. 개인 요인

직무스트레스 요인은 같은 상황에 처해 있는 모든 사람들이

동일하게 스트레스로 지각하지 않는다. 즉, 두 사람이 같은 상황이라도 개인적 성향에 따라 상황을 다르게 해석하면 스트레스를 받는 차이가 있다는 것이다(Steers-Black, 1994). 개인요인은 공격성, 압박감, 조급함과 같은 A형 행동양식(Type A Behavior Pattern: TABP)과 같은 성격, 능력 및 경험, 욕구 및 가치, 인구통계적 변인 등 개별 구성원의 특성과 관련되며 Ivancevich-Matterson(1980)은 개인요인과 환경요인간의 적합관계가 바람직하지 않은 상태로 나타나는 경우 스트레스가 발생하는 것으로 이해하였다(박정원에서 재인용, 2007).

2.2.5. 조직외부 요인

선행 연구에 의하면 조직 외부적 요인으로는 가족, 이주, 경제적 지위, 사회적 지원(이종목, 1989)을 들고 있으며 이 외에도 조직에 영향을 미치는 고객, 관련 산업 현황, 정책 및 법규 등도 중요한 스트레스 유발 요인이라고 사료되어 본 연구에서는 이를 조직외부 요인으로 분류하였다.

3. 연구방법 및 절차

본 연구는 패션정보산업에 종사하는 정보제공자의 업무에 관련된 체계적인 틀이 존재하지 않은 상황에서 정보제공자의 직무 스트레스 요인을 살펴보고 이를 토대로 패션정보산업의 현실태를 파악하기 위해 질적 연구방법인 심층면접을 실시하였다.

3.1. 면접 대상자 선정

질적연구에서는 목적적 표본추출에 의거하여 특정 환경, 사람, 사건 등을 의도적으로 선택함으로써 다른 선택에서는 얻을 수 없는 중요한 정보를 얻게 된다(Maxwell, 1996/2004). 이에

본 연구에서는 패션정보제공자를 ‘패션정보산업에 종사중인 정보 업무 담당자’라 규정하여 독립적인 담당 업무를 갖고 S/S, F/W 시즌을 각 1회 이상 진행한 실무 담당자를 면접대상자로 선택 하였다. 또한 정보산업의 전반적인 내용 파악을 위해 최호정·하지수(2005)의 연구에서 분류한 대기업형 정보기획사, 전문기획사, 사내정보실에 국가에서 설립한 정보 업무 관련 기관을 추가하여 유형별 분포를 고려한 목적 표집 하였다.

이에 2007년 4월 6일에서 5월 8일에 이르기까지 11개 업체 14명을 대상으로 면접을 진행하였으며, 면접대상자는 14명 모두가 여성이었고, 30대가 11명(78.6%), 20대가 3명(21.4%)이었다. 학력의 경우 대학원 이상이 8명(57.1%)이었으며 6명(42.9%)이 유학 경험이 있다고 응답하였다. 정보사 업무 외의 업무 경험의 유무에서는 8명(57.1%)이 패션관련 업무 경력자였으며, 6명(42.9%)은 실무 경험이 없었다.

3.2. 면접 내용

면접은 Patton(2002)의 면접 유형 중 면접지침법(interview guide approach)을 사용하였으며, 내용은 담당 업무 및 경력, 국내 패션정보산업의 문제점, 정보기획과정, 각 과정별 문제점으로 하였다. 선행연구 결과(서희정, 2004; 이윤숙, 1988; 최호정·하지수, 2005)를 참고하여 패션정보제공 업무의 스트레스 요인과 관련되어질 것으로 여겨지는 변인들을 중심으로 개략적인 틀을 정하고 면접 시 면접대상자의 반응과 특성에 따라 추가질문을 하여 결과기술에 사용하였다. 상세한 면접 내용은 담당 업무 및 경력에 관하여 “현재 담당하고 있는 업무는 무엇인가?”, “어떻게 업무를 진행하고 있는가?”, 피면접자가 인식하고 있는 현재 국내 패션정보산업의 실태 관련으로는 “현재 국내의 정보산업에 문제점이 있다면 어떤 부분이며, 그 이유는 무

Table 1. 면접대상자의 특성

면접 대상자	성별	연령 (만)	경력 (년)	직책	학력	유학 경험	회사 유형	정보사 이외의 업무경험	타 정보사 업무경험	담당 업무	탐원 기타 소재지
A	여	39	16	실장	대졸	있음	기업형 정보사	텍스타일 디자이너	기관	sales & marketing	1 미혼 서울
B	여	35	11	과장	대졸	없음	사내정보실	남성복 디자이너	기업형 정보사	남성복 트렌드기획	7 기혼 서울
C	여	35	12	팀장	대학원	없음	사내정보실	없음	기업형 정보사	정보업무 총괄	7 기혼 서울
D	여	36	9	실장	대졸	있음	기관	디자이너	전문정보사	섬유제품 프로모션 기획	3 미혼 대구
E	여	28	2	연구원	대학원	없음	기관	없음	없음	소재트렌드 기획	7 미혼 대구
F	여	31	6	사원	대학원	없음	전문정보사	백화점 홍보기획	기업형 정보사	기획관련 전반	5 기혼 서울
G	여	32	8	팀장	대졸	있음	사내정보실	해외 바잉오피스	기업형 정보사	트렌드 제시 및 상품기획	3 미혼 서울
H	여	32	4	사원	대학원	있음	전문정보사	없음	없음	기획관련 전반	4 기혼 서울
I	여	30	2	대리	대학원	없음	기업형 정보사	신문사 컨텐츠기획	없음	마켓기획	3 미혼 서울
J	여	25	1	사원	대학원	없음	기업형 정보사	없음	없음	소비자조사	2 미혼 서울
K	여	25	2	사원	대졸	있음	기업형 정보사	없음	없음	해외마켓 조사 트렌드기획	7 미혼 서울
L	여	32	10	팀장	대학원	없음	사내정보실	남성복 MD	기업형 정보사/ 사내 정보실	트렌드 및 마켓정보 제시	3 미혼 서울
M	여	33	6	과장	대학원	있음	사내정보실	없음	기업형 정보사	여성복 트렌드기획	7 기혼 서울
N	여	32	9	대리	대졸	없음	사내정보실	여성복 디자이너	기업형 정보사/ 사내정보실	트렌드기획 및 전략기획	3 미혼 서울

엇이라고 생각하는가?” “변화요소는 무엇이며 변화가 업무에 어떤 영향을 미친다고 생각하는가?”, “패션정보기획 과정 및 각 과정에서의 스트레스요인 관련 질문은 정보기획 과정은 어떻게 진행되는가?”, “각 과정별로 만족/불만족은 어떻게 형성되는가?” 정보 업무 전반의 스트레스 요인과 관련하여 “그 외에 어떤 문제점 들이 있는가?” 등으로 패션정보업무에서 느끼는 불만이나 스트레스를 중심으로 질문하여 패션정보제공자가 인식하는 직무스트레스 요인을 알아보고자 하였다. 면접은 연구 대상자 당 90분에서 150분 정도가 소요되었고, 피면접자의 동의하에 면접 내용을 녹음하였으며 기록을 병행하였다.

### 3.3. 자료 정리 및 분석

연구 결과 및 신뢰성 있는 자료 획득을 위해 녹음한 내용을 면접 당사자의 표현 양식 그대로 필사하였고, Creswell(1998)의 나선형 자료 분석 모형을 통해 첫째, 수집된 자료 정리와 조직화하기, 둘째, 현장 기록이나 관찰노트나 분석해야할 문서 읽기 및 면담 녹음 듣기, 셋째, 범주화 기법을 활용한 재배치, 넷째, 주제와 차원을 개발하기, 다섯째, 해석하고 의미 찾기로 자료분석이 진행되었다.

Glesne(1999)은 질적연구의 타당도 확보 방법으로 풍부하고 심층적인 기술, 관찰시간의 연장, 동료평가, 부정적 사례분석, 연구자의 반성과 이용 등을 제시하였다(김선숙·이은영에서 재인용, 2005). 이에 본 연구에서는 풍부한 자료와 심층적인 기술을 통해 분석할 수 있도록 노력하였고, 분석 작업의 반복을 통해 타당도를 높이고자 하였다. 또한 피면접자에게 면접 기록을 제시하여 피드백을 받는 참여자 확인과, 질적 연구를 수행한 경험이 있는 타 연구자에게 분석 내용을 검토하도록 하는 재확인 방법을 통해 신뢰도를 높였다.

## 4. 결과분석 및 논의

### 4.1. 정보기획 과정상의 스트레스 요인

패션정보기획 과정에서의 스트레스 요인을 조사해본 결과 선행연구(전유미, 2004; 최미영·손미영, 2007; 한소원, 2003; Brannon, 2005)에서 제시한 것과 같이 정보수집, 정보분석, 정보기획, 정보전달, 정보평가의 단계로 스트레스 요인이 나타났다.

#### 4.1.1. 정보 수집

정보제공자들이 정보수집 단계에서 인식하는 스트레스 요인은 수집 가능한 정보원의 범위(1), 해외 정보 중심(2), 제한된 예산(3), 언어장벽(4), 비공식적 경로를 통한 정보수집(5)으로 나타났다. 정보의 과부하 현상 속에서 필요정보 선택과 소재 정보와 같이 수집 가능한 정보원의 범위가 극히 제한적인 것이 스트레스를 유발시키는 것으로 나타났다. 또한 비공식적 경로를 통한 정보 수집의 경우, 제한된 예산에서 파생되었으나 타 정보 사이트에 아이디어를 도용하여 접근하거나 정보지를 복사하는 행동으로, 장기적으로는 정보 가치를 하락시키는 요인으로

작용하게 되며 정보수집에 있어 스트레스 요인과 더불어 중요한 문제점으로 지적되었다.

- (1) 너무 많은 정보가 있기 때문에 어떻게 취사선택을 해서 써야 되냐...(B) 내부 프로세스들... 커넥션, 눈으로 들어가지 않는 것들은 한계가 있어요.(C) 늘 소재가 각정이에요.(E)
- (2) 거의 해외 정보지에 의존을 하는.. 정보지가 없으면 거의 일 못하는 정도로.(I)
- (3) 브랜드 매출, 회사 내의 경비절감 분위기.. 이런 것들에 영향을 받긴 하겠는데..(C) 항상 예산이란 부분에 마주치게 되니까.. 해외 모니터가.. 돈 없어서 다 끊어졌죠.(E)
- (4) 비영어권 정보... 프랑스가 아니라... (C) 외국도... 언어도 많이 바뀔 거고, 새로 사용하는 단어가 있을 거고.(K)
- (5) 우리 경쟁사인데. 컨텐츠를 비밀리에 이용하고 있다니...(A) 남의 것 빌려 쓰고 그러잖아요... 해외 정보지도 빌려 보고...(H)

#### 4.1.2. 정보 분석

정보 분석 단계에서의 스트레스 요인은 분석시스템의 부재(1), 국내의 마켓차이(2), 주관적 해석(3)으로 개인적 책임감과 관련된 스트레스로 나타났다. 현재, 국내에서는 정보 분석관련 시스템이 정립되어 있는 것이 아니라 개인의 직감과 노하우로서 이루어지고 있으며 이는 결국 예측 정확성에 대한 부담감과 연계되고 책임감이라는 스트레스로 작용하게 된다고 응답하였다.

- (1) 주먹구구식으로 자료를 봐서... 경험과 직관 이상의 뭔가가 있어야 된다고 생각해요.(E) 마켓 분석의 기준 틀이나 그런 것은 특별히 없어요... 개인적인 노하우라고 할까요.(I)
- (2) 해외 정보들은... 다시 전환 해줘야 되잖아... 국내에 맞게... 여전히 gap 이 있어.(A)
- (3) 사용하는 이미지는 완전히 주관적인 관점에서 뽑게 되요.(B)

#### 4.1.3. 정보 기획

정보 기획 단계에서 나타나는 스트레스 요인은 일반화된 내용(1), 정확하지 않은 정보(2), 창의적 기획력 부족(3), 시간부족(4), 예측정확도에 대한 부담감(5), 정보제공자 중심의 기획(6)으로 나타났다. 제너럴 트렌드 정보 자체의 포괄적 성격 때문에 브랜드 아이덴티티를 위한 정보를 원하는 패션기업들에게는 만족도가 떨어지고 있고, 이로 인해 시장성이 떨어진다는 것을 인식하고 있는 것으로 조사되었다. 또한 회사의 홍보나 구색 맞추기 용 정보의 경우 사실을 왜곡하거나 확대, 과장해야 하므로 개인적인 의지와 조직의 요구 간에 역할갈등이 발생하는 것으로 나타났다..

- (1) 트렌드 부분을 두고 보면... 뭉뚱그려지는 느낌...(A)

- (2) 컬러를 해봤자 책 만들면 색 돌아가고, 모니터 상에서 또 돌아가고..(E) 구색 맞추기 식이지..(I) 컨설팅이 들어오게끔 기사를 쓰는 거예요...일부를 과장해서...(J)
- (3) 국내 정보사도 해외 정보사를 보고 만들거든요.(L)
- (4) 제가 만족할 만한 정보를 가공하고 싶는데.. 항상 시간에 쫓겨서...(J)
- (5) 기획한 정보에 대해서는... 책임감이 느껴지고 만약에 안 맞으면 어떻게 하나...(B)
- (6) 정보 이용자가 현재 요구하고 있는 정보가 그게 아니더라도... 밀어 붙여요.(F)

4.1.4. 정보 전달

기획 정보의 전달에 있어서 정보제공자가 인식하는 스트레스 요인은 부족한 실물제공(1), 용어선택 문제(2), 정보 전달자의 태도(3), 부족한 정보량(4), 전달력 부족(5), 정보제공시기(6)로 나타났다. 이는 정보이용자들의 불만족 요인을 대변하는 것으로, 문제요인이 무엇인지 정보제공자들이 인식하는 상태에서 정보를 제공해야 하는 현 실태가 스트레스로 연계되어지고 있음을 의미한다.

- (1) 소제는..스캔 받은 것을 잘라 쓰거나.. 현실감 없게 보여주는 정도..(B)
- (2) 영어와 동떨어진 단어들.. 너무 많이 써요.(L) 어려운 단어들 많이 많아요.(N)
- (3) 자신감이 없으면 세미나를 망치는 것 같구요..(B) PT 분

- 위기 자체가.. 지루한 거예요.(G)
- (4) 소재 정보 같은 경우는 쥐도 쥐도 부족하고..(E) 제시하는 정보양은.. 약한 거 같아요.(K)
- (5) 세미나를 직접 진행해 보면... 정보가 충분히 전달은 안 되는 것 같아요.(B)
- (6) 업체 쪽 보다 시기적으로 너무 빨리 가는 건 아닌가..(K)

4.1.5. 정보 평가

발신 정보에 대한 평가 부문의 스트레스 요인은 검증 절차의 부재(1), 불확실한 피드백(2)으로 나타났다. 정보제공자들은 제공 정보를 해당 시점에 거의 검증하지 않는다고 응답하였으며, 검증하더라도 간접적인 경로를 통한 검증이기 때문에 정확하지 않다고 하였다. 이는 사용자들의 정보 만족/불만족 여부를 직접적으로 파악할 수 없기 때문에 업무성과로 인식하지 못하고 스트레스와 연계된다고 응답하였다.

- (1) 시즌이 지난 다음에 발신한 정보에 대해서 검증을 따르는 안하구요.(B) 시즌 정보 발신하고서 해당 시즌 검증을 아직까지는 못해봤어요.(M)
- (2) 정보 이용하는 사람들에 대한 반응은... 소비자를 직접 만나는 것이 아니라서...(K) 정보 일이... Reaction이 좀 늦어서.. 눈에 보이는 결과물이 있는게 아니기 때문에...(L)

조사 결과, 정보기획과정상의 스트레스 요인은 Table 2와 같이 요약할 수 있다.

Table 2. 패션 정보제공자가 인식하는 정보 기획 과정의 스트레스 요인

부분	영역	범주	요인
정보기획 과정별 스트레스 요인	정보수집	정보원의 범위 해외정보 선호 제한된 예산 언어장벽 비공식적 경로	과다한 정보 / 내재적 정보의 수집 / 한정된 실물 정보 높은 해외 정보지 의존도 회사 매출에 따른 예산 배정 / 수집정보 한계 비영어권 자료 / 문화적 특성이 반영된 외국어 ID 와 패스워드 도용 / 복사본 활용
	정보분석	분석 시스템의 부재 국내의 마켓차이 주관적 해석	기획 포맷의 부재 / 감성과 직관 의존 / 노하우 중심 국내 시장 적용이 어려운 해외 정보 기획자 선호도에 따른 정보 해석
	정보기획	일반화된 내용 정확하지 않은 정보 기획력 부족 시간부족 예측 정확도 정보제공자 중심	제너럴 트렌드 정보 자체의 성격 부정확한 컬러/ 구색 맞추기 위주/ 정보 과장 타 정보사 정보 이용 / 해외정보의 재구성 부족한 작업시간 오류에 대한 부담감 / 개인적 책임감 이용자를 고려하지 않은 우위적 태도
	정보전달	부족한 실물 용어 선택 문제 전달자의 태도 부족한 정보량 전달력 문제 정보제공시기	부족한 실물정보 어려운 단어 / 전문용어 및 영어의 과다 사용 자신감 / 진행방법 정보제공 횟수의 부족 / 업데이트 부족 기획 의도 전달의 부족 업체의 기획 시기에 비해 빠른 정보제공
	정보평가	검증절차 부재 불확실한 피드백	시간 부족 정보이용자와 비접촉 / 성과 측정 불가능

4.2. 패션정보사 업무에서의 스트레스 요인

패션정보제공자의 직무 스트레스를 유발하는 요인을 조사한 결과 선행연구(정미영, 2004; Beehr-Newman, 1978)에서 분류한 것과 같은 직무관련요인, 역할관련요인, 조직관련요인, 개인요인, 조직외부요인으로 나타났다.

4.2.1. 직무 관련 요인

정보제공자들은 직무 관련 스트레스 요인을 작업환경에 대한 것으로 인원부족(1), 시간압박(2), 직무특성과 관련하여 직무정체성(3)과 직무 다양성(4)을 지적하였다. 시간압박의 경우 궁극적으로는 업무인원의 부족에서 유발되는 요인으로 피면접자 대부분이 기획정보의 내용에 대해서 만족하지 못하는 근본적인 원인으로 지적하고 있었다. 직무정체성의 경우 주관적 성향에 의해 업무를 수행함으로써 담당 직무 자체의 객관성이 낮아질 가능성에 의해 스트레스가 유발된다고 하였으며, 직무다양성의 경우 확실적인 업무 구조로 다양한 업무 경험이 이루어 지지 않기 때문에 스트레스가 발생한다고 응답하였다.

- (1) 인원을 보충해 달라고 늘 건의를 하죠..(D) 영역을 넓히고 싶어 하는데...인력 부분이 안되는 거죠..(F) 온라인 쪽 사이트 담당하시는 분이 한분밖에 안계세요..(K)
- (2) 늘 스케줄 조절도 안되고...(F)
- (3) 정보 수집에 있어 되게 감성적이라고 생각하는 부분이 없지 않아 있어요.. (M)
- (4) 시즌 마다 돌아가다 보면...너무 노가다스러운 일들도 많고..(G)

4.2.2. 역할 관련 요인

역할관련 요인은 역할갈등, 역할모호성, 역할과다로 분류되며 역할갈등과 관련하여 역할기대갈등(1), 자원부족(2), 역할 모호성과 관련해서는 담당 업무에 대한 불확실성(3), 자신감 결여(4), 역할과다와 관련해서는 과도한 업무량(5)이 스트레스 요인이라고 응답하였다. 자원부족의 경우 역할수행에 필요한 전문적인 지식의 부족을 의미하며, 실무경험이 없는 정보제공자의 경우 업무 한계를 인식한다고 응답하였다. 역할갈등 부문의 경우 전문정보사 종사자들이 많은 스트레스를 받고 있었는데, 이는 정보사 유형별로 종업원들이 느끼고 있는 불만족 요소가 다르기 때문에 정보사에서 집중해야할 내부 마케팅 전략이 다르게 된다는 것을 의미한다.

- (1) 너무 소재쪽만 전문으로...사실 별로 흥미가 없는데..(F) 브랜드 밀착형으로...그리고 싶다는게 바램이거든요.(I)
- (2) 실무를 모르니까..뭘 하라고 하면 모르겠는거예요.(H) 정보 하는 사람들의 한계가..실무를 안 하고 있다는 거잖아요.. (N)
- (3) 내 전문분야가 무엇라고 명함에 쓸 수 없다는거..(F) 이 걸 해야 해? 말아야 해?(H)

- (4) 혼자서 뭘 할 수 있을 거라든지 그런 생각은 못해요..(F) 자신감 없는 거 있잖아요.(H)
- (5) 되게 피곤하게 일해요...(H) 일을 하다 보면 멀쩡한 사람도 병이 들어 나올 것 같은..(J) A부터 Z까지 다 해요.. 안 해도 되는 부분을 과도하게 하는 것도 있어요.(F)

4.2.3. 조직 관련 요인

정보제공자의 업무에 영향을 미치는 조직 관련 스트레스 요인은 조직 내 모든 구성원에게 적용되는 변수로서 대인관계, 인사정책, 회사의 조직구조 및 시스템이 스트레스 요인으로 나타났다. 대인관계와 관련한 세부적인 요인들은 상사와의 갈등(1), 조직 내 정보공유 부족(2), 타부서와의 커뮤니케이션 부재(3), 인사정책과 관련한 세부적인 요인은 보상부족(4), 조직구조 및 시스템과 관련한 세부적 요인으로는 정보실의 위상(5), 체계적 시스템 부족(6), 복잡한 결재 시스템(7)을 들었다.

- (1) 상사께서..정보책 한권이 뭐 이렇게 비싸냐..정말 갑갑하죠..(D) 상의하는 과정에서 한 사람 의견이 반영될 때가 많죠..윗사람..좀 우긴다는 생각도 드는데..(J)
- (2) 정보 공유가 안되는 거죠..(F) 정보 공유가 좀 늦어서....(M)
- (3) 소비자들을 직접 대하는 팀하고 연구원들의 커뮤니케이션이...서로 안되거든요..(I)
- (4) 정보하는 사람 중에...이사, 상무 다는 케이스가 거의 없잖아요..(N)
- (5) 사내 정보를 위한 팀 자체가...심부름꾼으로 전락된 경우가 많거든요...(B) 디자이너가 자기들 보다 높지 않게 보려는 경향이...(C) 너무 하위개념으로 생각하는...(D)
- (6) 너무 한사람에게 편중 되어서...(F) 오늘 하는 일하고 내일 하는 일이 같을 수가 없는..어느 날은 놀고..찾으러서 찾았는데 쓰지도 않고..(H) 업무가 중첩되는 것도 있고..(M)
- (7) 대기업은...결재라인이 많고 시간이 많이 들죠.. (N)

4.2.4. 개인 요인

직무 스트레스 요인으로서의 개인요인은 개인적 성향(1)과 경험(2)으로 나타났다. 선행연구(이선규, 1991)에서 나타난 경쟁적 성취욕구와 공격적 성향, 압박감을 갖는 A형 성향보다는 이성/감성 성향이 업무에 영향을 미치는 스트레스 요인으로 나타났다. 성별과 같은 인구통계적 변인의 경우 정보산업 종사자의 대부분이 여성인력이기 때문에 크게 영향을 미치지 않는 것으로 사료된다. 또한 실무 경험 부족이라는 과거 경력이 현재 업무에 스트레스 요인으로 작용하고 있다고 응답하였다.

- (1) 나는 조사를 해서 근거적인 데이터를 바탕으로 예측을 하는 거..그게 더 쉽거든..(F) 나이가 들면 좋아하는 조닝이 바뀌어요.(N)

- (2) 학교에서 공부만 하다가 온 사람들은 나름대로 너무 이성적이라는 생각을 해요...(H) 만약 내가 디자이너였고 그런 일을 하고 있었으면...하는 생각...(M)

4.2.5. 조직외부요인

패션정보제공자에게 스트레스 요인으로 작용하는 조직 외부 요인은 패션산업 및 패션정보산업 관련 문제, 패션정보산업 관련 국가 정책, 정보이용자, 최종 소비자로 나타났다.

직무에 스트레스 요인으로 영향을 미치는 패션산업 및 패션정보산업과 관련 세부사항은 패션산업의 구조적 문제(1), 패션정보제공 체계 붕괴(2), 정보산업의 기반적 문제(3)로 나타났다. 정보 공유와 이동이 자유자재로 이루어지면서 더 새롭고 확실한 정보원을 찾아야 된다는 스트레스에 직면하고 있다고 응답하였고 특정 유행에 치중하는 한국패션산업의 실태와 정보산업의 불투명한 미래가 스트레스 요인으로 지적되었다. 정보산업의 기반 부분에서는 정보인력의 저 연령화 현상의 확산이 전문화된 인력부족과 연계되며 직무에 있어 스트레스를 유발시키는 요인으로 작용하였다. 패션정보 업무가 오랜 노하우와 경력이 필요한 분야임에도 불구하고 극소수의 인력을 제외하고는 20-30대의 정보 기획자가 대부분인 것으로 나타났으며 실무 경험이 부족한 고학력 위주의 인력은 현업과의 정보 괴리 현상을 불러일으키는 요인이 되고 있었다.

- (1) 패션 시장 자체가 시장성이 없어요...(I) 여성복 시장의 경우는 트렌드에 민감하게 반응하다 보니까...(L) 패스트 패션 시대고...모든 브랜드들이 다 똑같이 지고...(N)
- (2) 정보 소스가 다 뻥하거든요...그것을 받는 사람이 모를 리가 없는거고...(B) 외국 정보는 이미 들어와 있는 상태이고, 브랜드들도 다 접할 수 있게 되었으니...(C) 디자이너들이 그날 컬렉션 자기들이 다 보잖아요. 옛날 차원의 정보실이 필요 없어지는 거죠...(H)
- (3) 우리나라에서의 정보 산업은 젊은 사람들이 정보부터 시작을 하는 거죠. 정말 30년 디자인 하다가 10년, 20년 컨설팅 하시는 분들이 대접받지 못하는 풍토가 되어 버렸어요...(C) 사람을 키워낼 만한 베이스가 안 갖춰 진거 같아요...(F)

패션정보산업과 관련된 국가 정책 부문에서의 스트레스 요인은 관련기관의 정책적 문제(1), 정보남발(2)로 나타났다. 기관들이 행정적인 업무 진행을 위해 강요하는 업무 분리 및 프로젝트 수행업체와의 관계가 정보산업을 효과적으로 운영하지 못하는 요인으로 나타났으며, 정부의 산업 육성 프로젝트와 관련하여 제공되는 무상정보가 정보의 가치를 하락시키며 궁극적으로는 정보산업의 수익성 악화라는 구조적 문제를 야기하는 것으로 밝혀졌다.

- (1) 여러 기관에서 업무들이 중복되다 보니까...총괄하는 쪽은

분리를 시키려고 그래요...(D) 국가 프로젝트의 경우...커넥션이란 것이 있잖아요...(F)

- (2) 관련 기관에서 돈 좀 많이 받을 때는 무료로 다 줘버리고...(D) 수혜를 받는 업체들은 이 정보가 다 공짜이거든...아니면 싼 정보...(F)

정보이용자 측면에서 유발되는 스트레스 요인은 정보이용에 대한 인식부족(1), 정보공유 부족(2), 온라인 정보 수용의 한계(3)로 나타났다. 정보이용에 대한 인식부족은 정보이용자들이 좁은 시각의 정보만을 선호하거나 정보의 가치에 대해 제대로 평가하지 않는 것을 의미한다. 정보공유의 부족은 제공된 정보가 해당 업무 담당자에게 제대로 전달이 안 된 경우로 업무중복과 관련한 스트레스가 발생하는 것으로 나타났다. 온라인 정보 수용의 한계는 오감을 활용해야 하는 패션정보 자체의 성격 때문에 이용자들은 여전히 오프라인 정보를 더 선호하며, 하드웨어적 인프라 구축의 부족과 기술적 능력 부족으로 사이트 활용이나 정보 탐색에 있어 정보이용에 어려움이 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 요인들로 온라인과 오프라인 모두를 운영해야 하는 패션정보사에게는 시간적, 경제적 부담으로 작용하는 것으로 나타났다.

- (1) 최소한 봐야 될 정도는 볼 정도가 되야...(A) 당장 적용할 수 있는 Hot한 정보를..요구하고...(F) 유료로 산다는 것을 인식 못하는...(I) 자료가 1회성이라고들 생각하세요...(N)
- (2) 누구한테 줘야 하는건지...공유 안하는 회사도 있거든...(A) 컨설팅을 하는데, 사람이 굉장히 자주 바뀌어요...담당자가 바뀌니까 연계가 안되는 거예요...(I)
- (3) 실물 제시를 필요로 하기 때문에 한계가 있는 것 같아요...(F) 회사 사이트 이용이 좀 어려우신 가봐요...(J) 아직 의류회사들이 1인 IPC 안되어 있는데도 많거든요...(L)

소비자의 경우 적극적으로 제품 기획에 참여하고 스스로 트렌드를 창조하면서 정보제공자를 선도하는 경향을 보이기도 한다. 이러한 변화는 소비자보다 앞서나가야 한다는 부담감으로 작용하며 스트레스를 유발시키는 것으로 나타났다.

- (1) 소비자 스스로가 정보를 캐치하고 믹스해서...유용하게 쓸 수 있는 시대가 왔기 때문에...소비자들이 새롭게 창조해 내는 트렌드가 있을 수 있지 않나 라는 생각도 들구요...(M)

5. 결론 및 제언

본 연구는 패션정보산업 종사자들의 패션정보 제공 업무에서 인식하는 직무 스트레스 요인을 정보기획 과정과 정보업무 전반에 걸쳐 파악하여 패션정보업무에 대한 직무 만족도를 높



Table 3. 패션 정보제공자가 인식하는 패션정보 업무에서의 스트레스 요인

영역	범주	요인	세부요인
직무관련	작업환경	인원부족	소수인력으로 운영
		시간압박	스케줄 조절의 어려움
	직무특성	직무정체성	감성 중심의 직무
		직무다양성	제한되고 반복적 업무로 인한 다양성 부족
역할관련	역할갈등	역할기대갈등	개인적 관심 요소와의 괴리
		자원부족	실무경험 부족
	역할보호성	업무에 대한 불확실성	전문 분야에 대한 정체성 부족
		자신감 부족	독립적 업무 수행에 대한 자신감 결여
조직관련	역할과다	과도한 업무량	신체적 정신적으로 과도한 업무량
		대인관계	상사와의 갈등
	대인관계	정보공유 부족	조직 내 정보공유 부족
		커뮤니케이션 부족	타 부서와의 커뮤니케이션 부재
	인사정책	보상부족	승진 가능성 희박
	조직구조 및 시스템	정보실의 위상	정보실에 대한 낮은 인식/ 디자이너 중심 조직구조
		체계적 시스템 부족	특정인에 대한 높은 업무 편중도/ 연계성의 부족/ 브랜드 밀착 시스템 부족 / 업무 중첩
		복잡한 결재시스템	긴 소요시간
개인	개인적 성향	이성적 성향 중심	데이터 중심의 정보 선호
		변화성 선호	반복적 업무에 대한 회의
	경험	선호하는 조닝의 변화	연령에 따른 취향 변화
		관련 경력	고학력 위주의 경력/ 실무에 대한 동경
조직외부	패션산업 구조 및 시스템	패션산업의 구조적 문제	낮은 시장성/ 특정 유행 지향성/ BI의 상실
		정보제공체계붕괴	정보소스의 대중화/ 해외정보사의 국내진출 온라인을 통한 빠른 정보제공
	국가정책	정보산업의 기반적 문제	고급인력의 부족
		행정중심의 정책	기관주도의 사업/ 기관과의 커넥션
	정보이용자	정보남발	잡은 무상정보 제공
		정보이용에 대한 인식부족	구체적 정보의 요구/ 이해노력부족 /정보가치에 대한 인식부족/ 소극적 태도
	최종소비자	정보공유부족	정보공유 부족/ 업무담당자의 잦은 교체
		온라인 정보수용의 한계	실물정보 부족/ 미비한 인프라/ 사용미숙
	최종소비자	새로운 개념의 소비자	트렌드 주도과 생산자로서의 위치 변화

이고 높은 직무성과, 즉 정보이용자들이 만족할 수 있는 정보 제공을 목적으로 질적연구를 통하여 진행되었다.

본 연구의 결과를 요약하면 패션정보 제공자의 정보기획 과정은 정보수집, 분석, 기획, 전달, 평가의 단계로 나타났으며, 직무 스트레스 요인은 직무관련요인, 역할관련요인, 조직관련요인, 개인요인, 조직외부요인으로 조사되었다. 정보기획 과정 중 정보수집단계에서의 스트레스 요인은 활용가능한 정보원 범위, 해외정보선호현상, 제한된 예산, 비공식적 경로를 통한 정보수집으로 나타났으며, 정보분석 단계에서는 분석시스템의 부재, 국내외 마켓 차이, 정보기획자의 주관적 해석이 나타났다. 정보기획 단계에서는 정확하지 않은 정보, 창의적인 기획력 부족, 시간부족, 예측 정확도, 정보제공자 중심의 기획을 통한 정보이용자의 요구 미반영이 스트레스 요인으로 나타났으며, 정보전달 단계에서는 부족한 실물제공, 용어선택 문제, 전달자 태도, 부족한 정보량, 전달력 부족, 정보제공시기의 문제 요인이 나타났다. 정보평가 단계에서는 검증절차 부재와 불확실한 피드백이 스트레스를 유발시키는 요인으로 나타났다.

정보 업무 전반에 걸친 직무 스트레스 요인 중 직무관련요인은 작업환경과 직무특성으로 구성되었으며, 역할관련요인은

역할갈등, 역할보호성, 역할과다, 조직관련 요인은 대인관계, 인사정책, 조직구조 및 시스템으로 구성되었다. 개인요인은 개인적 성향과 경험으로 구성되었고, 조직외부요인은 패션산업 시스템, 국가정책, 정보이용자, 최종소비자로 구성되었다. 직무와 관련된 스트레스 요인은 직무만족, 직무몰입, 직무성과와 부정 상관관계를 갖는다는 선행연구를 참고할 때, 도출된 패션정보제공자의 직무 스트레스 요인은 궁극적으로는 정보제공자의 직무성과인 기획정보 품질에 부정적인 영향을 미칠 수 있을 것이다.

그러므로 위의 결과를 종합해 볼 때 패션정보산업에 종사하는 정보제공자들의 직무 스트레스를 줄이고 궁극적으로 직무성과를 높이기 위해서는 우선 조직차원에서 역할갈등을 최소화시킬 수 있는 업무에 대한 정체성 확립과 경력개발, 업무 관심도 도출 및 사내 대인관계 개선을 위한 자유로운 커뮤니케이션 시스템 확립이 필요할 것이다. 또한 비 시스템화의 극복을 위해서는 패션정보기획 과정에 대한 체계적 교육 및 업무프로세스의 모듈화가 필요할 것으로 사료된다. 특히, 실무경험 없이 정보 업무를 시작한 고학력자들의 경우 현실과 동떨어진 정보 기획에 대한 스트레스를 인지하고 있었기 때문에 실무와 연계된 지속적인 교육이 필요할 것이다.

인력 부족으로 나타나는 과중한 업무 할당으로 인한 스트레스 증가와 사업 확대 기회 손실 극복을 위해 정보사 특성을 전문화 시켜 직무 종사자들에게는 열악한 근무여건을 덜어주고, 회사측에는 세분화된 패션시장에 적응력을 높일 수 있도록 하는 것이 도움이 될 것으로 사료된다.

조직외적인 부분에서 특히 관련기관의 정보와 관련된 정책 부문 개선이 무엇보다 필요하다. 현재 패션 정보 산업과 관련 기관의 연계가 비효율적인 구조로 자리 잡고 있다. 섬유 및 패션 산업 육성을 위해 수립된 기관과 각종 프로젝트들은 업계에 직접적인 도움을 제공하기도 하지만, 무상으로 제공되는 정보로 인하여 정보 이용자들이 정보의 가치에 대하여 제대로 평가하지 못하는 근본적인 원인이 되고 있다. 또한 정보제공자들의 비공식적인 경로를 통한 정보수집 관행도 스스로의 정보 가치를 하락시키는 악순환 구조를 형성하는 요인으로 작용하고 있다. 즉, 정보가치를 높이고 정보산업의 활성화를 위해서는 정보제공자, 정보이용자, 관련기관 모두가 정보의 질적, 경제적 가치에 대한 현재의 인식을 전환해야할 필요성이 제기된다.

또한 온라인 정보화 시대의 영향력은 패션정보산업에도 온라인으로만 정보를 제공하는 정보사의 출현 등으로 가시화되고 있다. 그럼에도 불구하고 패션 정보 분야는 오프라인 정보를 여전히 선호하고 있는 것으로 나타나 정보제공에 있어 이원화된 체계로 업무 및 비용의 중복이 이루어지고 있다. 이러한 현상은 온라인화 되기 위한 과도기적 과정으로 사료되며 장기적으로는 온라인 중심의 정보가 대체를 이루게 될 것이다. 이를 위해서 정보 이용자들이 온라인 정보를 쉽게 수용할 수 있는 재교육 프로그램과 정보제공자의 경우 온라인/오프라인 제공 정보의 성격을 명확히 구분하여 주력할 수 있는 분야 위주로 시스템을 개편하고 전문화 시킬 필요가 있다. 이 외에도 정보업무의 경우 오랜 노하우와 경험, 직관 등이 중요한 역할을 차지하고 있음에도 불구하고 오래된 정보 인력들이 패션정보산업 내에 자리매김 할 수 없는 현실적 문제를 극복하기 위한 방안들이 수립되어야 하겠다.

본 연구의 제한점을 살펴보면 패션정보제공자에 관한 선행 연구가 없는 가운데, 정보제공자의 인식을 포괄적으로 포함하기 위해 조금씩 다른 반응을 나타낼 수 있는 정보사 유형별 차이를 연구에 포함시키지 않았다. 기본적으로 인식하는 스트레스 요인은 유형별 분포도를 고려하여 기술하였으나 다양한 유형의 정보사에 근무하는 면접자의 종합적인 의견임을 감안할 필요가 있겠다. 따라서 추후 연구에서는 본 연구 결과를 바탕으로 정보사 유형별 스트레스 및 갈등요인 차이를 잘 반영한 연구결과를 제시해 줄 수 있다면 이해가 더 용이해 질 수 있을 것이다. 또한 본 연구는 목적 표집으로 비교적 패션정보제공자를 대표할 수 있는 면접자를 선정하려고 노력하였으나 완벽한 대표성에는 한계가 있다고 보여지며 일반화를 위해서는 본 연구 결과를 토대로 양적 연구의 진행이 필요하다고 사료된다.

본 연구에서는 기존의 패션정보관련 연구에서 간과되었던 패

션정보제공자의 직무 스트레스 측면을 살펴봄으로써 이로 인해 유발되는 업무 갈등 및 국내 패션정보산업의 문제 요인에 대한 보다 포괄적인 이해를 가능하게 하였다는 점에서 의의가 있다. 후속 연구에서는 정보이용자와의 정보인식 태도에 대한 차이를 분석하고, 정보이용자를 유형화 하여 더욱 세분화 되고 있는 패션 시장에 적합한 패션정보사 모델을 제시할 수 있을 것으로 기대한다.

### 참고문헌

- 고은주 (2001) "패션정보산업". 경춘사, 서울, pp.2-6.
- 김정훈·김정홍·이우형 (2003) "한국인 트렌드". 책바치. 서울, pp. 6-7.
- 김도연 (2001) 패션 트렌드 정보의 소비자 수용: 1996년에서 2001년 을 중심으로. 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 김선숙·이은영 (2005) 의류 상품의 인터넷 쇼핑 행동 모형 구성을 위한 질적연구. *한국의류학회지*, 29(9/10), 1285-1294.
- 박정원 (2007) 직무스트레스 유발 요인 및 지각이 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구: 공기업과 사기업 비교분석을 중심으로. 한국외국어대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 서희정 (2004) 패션 산업의 정보 소통체계와 패션 정보 활용화를 위한 마케팅 기획 모형 설정에 관한 연구: 국내·외 패션 산업의 사례분석을 중심으로. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 송미령 (1993) 상품개발전문인들의 패션정보활동에 관한 연구: 여성 의류제조업체를 중심으로. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 오현남 (1997) 패션상품기획의 정보화 전략방안에 관한 연구. 서울여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 유화숙·박광희 (2003) 섬유패션산업 종사자의 직무스트레스 요인, 직무스트레스 징후 및 직무성과. *대한가정학회지*, 41(2), 93-106.
- 윤선미 (2006) 패션정보기획의 실제: 캐주얼마켓을 위한 A 정보사를 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이선규 (1991) 직무 스트레스 유발요인, 대처전략과 조직구성원의 태도에 관한 실증적 연구. 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
- 이승엽 (2001) 패션산업과 IT 산업의 현황과 전망. *한국의류산업학회지*, 3(4), 307-312.
- 이운숙 (1988) 패션정보의 수집·분석 및 활용에 관한 연구: 패션정보기관의 System화를 중심으로. 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문.
- 이인성 (2003) 패션 정보지의 디자인 트렌드 예측과 소비자의 수용도에 관한 연구. *대한가정학회지*, 41(10), 185-198.
- 이종목 (1989) "직무스트레스의 원인, 결과 및 대책". 성원사, 서울, pp.82-84.
- 전유미 (2004) 국내 트렌드 정보산업의 현황분석-국내 텍스트일 및 패션업계의 트렌드 정보 이용실태를 중심으로. 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 정미영 (2004) 의류판매원의 역할모호성 및 역할갈등이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 정상길 (2006) "마케팅 중심 시각의 패션시장조사". 섬유저널, 서울, pp.78-83.
- 정송향 (2004) 패션기업의 패션정보 활용. *한국의류산업학회지*, 6(6), 699-706.
- 최미영·손미영 (2007) 패션정보기획의 체계화를 위한 국내 패션정보산업의 고찰. *한국의류산업학회 추계학술대회논문집*, pp.122-125.
- 최호정·하지수 (2005) 국내 패션정보 제공 업체의 기획 정보 유형

- 에 관한 연구. *복식*, **55**(4), 151-165.
- 탁진국 (2002) 직종에 따른 직무스트레스원과 직무스트레스에서의 차이. *한국심리학회지*, **7**(1), 125-141.
- 하유선·정성지 (2000) 어패럴업계 전문직 종사자의 직무스트레스와 이직에 관한연구. *한국의류학회지*, **24**(8), 1103-1114.
- 한소원 (2003) 패션트렌드 정보기획 프로세스의 체계화와 지원도구의 개발: 꽃의 색채와 형태의 분석을 중심으로. 연세대학교 대학원 박사학위 논문.
- Creswell, J. W. (1998) “질적 연구방법론: 다섯가지 전통”. 조홍식 외(2005)역. 학지사, 서울, pp.178-182.
- Maxwell, J. A. (2004) “질적연구설계: 상호작용적 접근”. (이명선 · 김춘미 · 고문희 역). 군자출판사, 서울. p.95.(원저 1996 출판)
- Beehr, T. A. and Newman, J. E. (1978) Job stress, employee health and organizational effectiveness: A facet analysis, model and literature review. *Personal Psychology*, **31**(3), 665-699.
- Brannon, E. L. (2005) “Fashion Forecasting”. Fairchild Publications, INC., New York, pp.9-12.
- Bruce, M. and Daly, L. (2006) Buyer behavior for fast fashion. *Journal of Fashion Marketing and Management*, **10**(3), 329-344.
- Daley, A. J. and Parfitt, G. (1996) Good health-Is it worth it? *Journal of Occupation and Organizational Psychology*, **69**, 121-134.
- Greenwood K. M. and Murphy M. F. (1978) “Fashion Innovation and Marketing”. Macmillan Publication Co., NY, p.78
- Jamal, M. and Preena, S. (1998) Job stress and employee well-being airline personnel in an asian developing country. *International Journal of Stress Management*, **5**(2), 121-127.
- Jarmow J. and Dickerson K. G. (1997) “Inside the Fashion Business”. Prentice Hall. New York. pp.432-433
- Joe S. A., Taylor, G. and Newton, E. W. (2004) Model of design process of Hong Kong fashion designers. *Journal of Textile and Apparel Technology and Management*, **4**(2), 1-14.
- Kreitner, R. and Kinicki, A. (1995) “Organizational Behavior” 3rd Ed., Irwin, Chicago, pp.241-242.
- Management Today (2006, 4. 1) Working the Web. 자료출처 <http://www.managementtoday.co.uk/search/article/550580/working-web/>
- Mete, F. (2006) The creative role of sources of inspiration in clothing design. *Journal of Fashion Marketing and Management*, **18**(4), 278-293.
- Parker, D. E. and DeCotiis, T. A. (1983) Organizational determinants of job stress. *Organizational Behavior and Human Performance*, **32**(2), 160-177
- Patton, M. Q. (2002) “Qualitative Evaluation and Research Methods”. 2nd Ed”, Sage Publications, Inc., pp.343-349.
- Pitimaneeyakul, U., LaBat, K. L. and DeLong M. R. (2004) Knitwear product development process: A case study. *Clothing and Textiles Research Journal*, **22**(3), 113-121.
- Regan, C. L., Kincade, D. H. and Sheldon, G. (1998) Applicability of the engineering design process theory in the apparel design process. *Clothing and Textiles Research Journal*, **16**(1), 36-46.
- Steers, R. M. and Black, J. S. (1994) “Organizational Behavior”. HarperCollins College Pub, New York., pp.600-601.
- Zandl, I. (2000) How to separate trend from fads. *Brandweek*, **23**(Oct), 30-35. 자료출처 [http://findarticles.com/p/articles/mi\\_m0BDW/is\\_41\\_41/ai\\_66929447](http://findarticles.com/p/articles/mi_m0BDW/is_41_41/ai_66929447)

(2008년 2월 21일 접수)