

곧 다가올 情報化 社會

金 貞 欽

高麗大 教授/理博

달라져가는 價値觀

價値觀이 달라져가고 있다. 6·25直後의 物質 窮乏時代에는 사람들은 굶주림으로부터의 脱出에 여념이 없었다. 그래서 칼로리가 많은 음식을 탐냈었다. 그러나, 80年代 현재는 飽食時代가 되어 사람들은 어떻게 하면 살이 찌지 않게 칼로리가 낮은 飲食을 먹는가에 注意力을 하게 된다.

또, 一般 生活用品에 대해서도 國民 大衆은 大量生産工場이 만들어내는 동일 規格品으로는 만족할 수 없게 되었다. 消費大衆의 價値觀과 消費傾向이 多樣化해져서 고급품을 지향하게 된 것이다. 그리하여 量의 充足보다 質의 選擇에 더 신경을 쓰는 시대로 흘러가고 있다.

사실 지금까지의 세상에서는 原資材와 所要에너지를 값이 物品이나 製品의 값을 지배해 왔었다. 物質이 窮乏한 6·25直後로 소급해 갈수록 그 경향은 컸었다.

그러나, 현재처럼 物質이 豊富해지기 시작하면 유니폼과 같은 값싼 옷 대신 점차 비싼 洋服으로 몸을 치장하게 된다.

그 옷이란 원래가 추위를 막는 것, 몸을 냉기로부터 막는데 그 목적이 있었다. 原始時代 사람들이 그랬었다. 동물의 가죽을 벗겨 말려서 입었고, 베옷을 만들어 아무렇게나 걸쳐 입었다. 추위만 막으면 되었던 것이다. 그러나, 시대가 흘러 物質이 풍요해져서 어느 정도 옷의 장만이 充足되면 사람들은 옷에 대해서 멋을 요구하게 된다. 筒長이 먼저 멋을 부렸고 高級幹部가 그에 뒤따랐다. 옷은 이제 신분의 象徴으로 점차 변해 갔다.

생활이 윤택해지면 사람들은 「추위를 막는다」

라는 옷 本來의 목적보다 「멋이 있다」라는 副次的 目的에 더 신경을 쓰게 된다.

物財의 값보다 情報의 값이 重視되는 時代——情報化時代

같은 양복을 만들어도 6·25直後처럼 「추위를 막는다」라는 목적과 80年代 현재처럼 「멋을 낸다」라는 목적 사이에는 하늘과 땅 사이의 差異가 있고, 그에 따라 그 양복의 값에도 엄청난 차이가 생긴다. 6·25直後만해도 튼튼하고 질긴 옷이 重要的 役割을 했고 그 양복을 만들 때의 材質과 에너지의 量이 문제였었다. 그러나 지금은 양복값의 重要部分은 디자인과 옷감의 色調나 모양, 裁斷方法 등이 차지하게 된다. 즉 「멋있는 양복」의 옷값은 디자인·裁斷法, 有名商標 등 物質이나 에너지가 아닌 情報에 의해서 결정되는 것이다.

왜 우리들은 이와 같은 情報에 가치를 느끼고 그 情報에 대해서 돈을 지불하게 되는가?

사람은 풍요해지면 1次 욕구로부터 2次 욕구로 점차 넘어간다고 한다. 人間の 본능이 그 根本 원인이었던 것이다.

1次 욕구는 먹는 것·마시는 것·추위를 막는 것·排泄하는 것 등과 같은 욕구이다. 다시 말해 原始的인 그리고 거의 本能的인 욕구를 뜻한다.

이에 비해서 2次 욕구는 感覺的이고 情緒的인 욕구이다. 6·25直後때처럼 식량이 부족했을 때는 우선 배불리 먹어 굶주림을 멈추는 것이 중요하였다. 그러나 食生活이 충족된 현재는 1次 욕구로부터 점차 2次 욕구로 넘어가 사람들은 배불리 먹는 것보다는 더 맛이 있고 볼품이

있고 신기한 飲食을 요구하게 된다. 또 옷에 있어서도 추위를 막는 것보다는 자기의 신분을 誇示하기 위한 「멋을 부리는」쪽에 더 신경을 쓰게 되는 것이다.

이와 같이 商品이나 製品의 物質的 價値는 人間の 1次 욕구를 만족시키는 過程에서 생겨나고, 情報價値는 2次 욕구를 만족시키는 過程에서 생겨나게 된다.

이와 같이 製品을 구성하는 요소를 物質自體(하드웨어)와 情報(소프트웨어)로 나누어서 생각한다면, 工業化社會가 발달되고 成熟 段階에 접어들는데 따라 사람들은 점점 더 物質自體보다도 情報(소프트웨어)쪽을 慾求하는 傾向이 커지고, 이것이 消費傾向의 多樣化와 高級化에 연결된다는 것을 알 수 있다.

이리하여 價値의 중점이 物質로부터 情報쪽으로, 즉 하드웨어로부터 소프트웨어쪽으로 옮겨가고 그에 따라 物質의 生産·貯藏·運搬·消費가 중심이었던 工業化社會로부터 情報の生産·貯藏·傳達 등이 중심이 되는 情報化社會로 移行되어가게 된 것이다.

그 情報化社會에서는 새로운 大衆情報 媒體가 중심적인 역할을 하게 된다는 것이다.

情報가 價値를 만들어내는 時代

앞서 말한 바와 같이 消費大衆의 消費傾向이 多樣化되고 高級化되어 가는데 따라 이제 사람들은 量의 충족보다는 質의 선택, 生活의 質(quality of life)을 더 바라게 된 것이다. 그래서 현대인은 점차 飲食속에 포함된 칼로리 數보다는 그 飲食안에 包含된 情報에 더 많은 돈을 지불하게 되었고, 양복안에 담겨져 있는 디자인이라든가 멋이라든가 하는 따위의 눈에는 보이지 않는 情報쪽에 더 많은 돈을 지불하게 된 것이다.

物品뿐만 아니라 사실은 우리는 생활의 여러 면에서 이와 같은 「情報」에 대해서 더 많은 돈을 지불하고 있는 것이다.

그래서 예컨대 辯護士한테 法律問題를 상담하면 돈을 물어야 한다. 이것도 法律知識이라는 情報에 돈을 지불하고 있는 셈이다. 오락을 위해 영화관이나 음악실로 가는 사람도 그 情報에 돈을 지불하고 있다. 스폰서가 TV에 製品의 커머셜 廣告를 내어주는 代價로 多額의 돈을 지불하는 것도 그 廣告內容이라는 情報를 大衆에게 전달시켜 준다는 情報傳達 行爲에 대해서 돈을

물고 있는 것이다. 우리들이 便紙에 郵票를 붙이고, 電話局에 電話料를 무는 것, KBS에 TV 시청료를 무는 것도 모두가 情報傳達이라는 소프트웨어에 대해 돈을 물고 있는 것이다.

또 컴퓨터를 導入하면 우선 그 機械 즉 하드웨어에 대해서 돈을 물게 되지만, 그것 만으로 컴퓨터가 가동되는 것은 아니다. 無用의 利用技術인 소프트웨어(프로그램이 主)에 돈을 물지 않고는 컴퓨터는 까딱하지도 않는다. 이 소프트웨어는 意外로 高價여서 때로는 本體인 컴퓨터 自體값보다도 더 비쌀 수 조차 있다. 실제로 현재의 컴퓨터 계에서는 하드웨어보다 소프트웨어쪽이 약 2배나 더 돈을 벌어들이고 있는 실정이다.

이와 같이 情報化社會에서는 情報の 가치가 점차 인정이 되어 情報 그 自體, 즉 소프트웨어에 돈을 지불하는 경우가 많아졌다. 특히 美國의 경우 이런 혼해 빠진 소프트웨어社도 좀더 적극적인 情報利用, 情報商品의 판매가 점차 늘어가고 있다.

第3의 資源: 情報

그래서 「情報」는 이제 「物質」과 「에너지」에 이은 「第3의 資源」으로 등장하게 되었다. 즉 「情報」라는 개념은 物質이나 에너지 만큼 중요성을 띠게 된 概念體系였던 것이다.

그 「情報」란 말은 옛날에는 戰爭中の 敵의 情報를 훔쳐오는 스파이가 하는 일과 관련시켜 생각되어 왔지만, 현재는 情報化社會라든가 情報處理 등등 新式의 무엇인가 그럴듯한 유행어로 등장하고 있다. 그러면서도 진작 「情報」가 실제로 무엇을 뜻하느냐 묻는다면 明白한 답을 하기 힘들다는 것을 발견하고 새삼 놀라기도 한다.

스파이가 敵의 情報를 훔쳐내서 敵이 공격해 들어오기 전에 이것을 我軍 本部에 보내온다면, 수많은 부하의 생명을 한손에 쥐고 있는 指揮官에게 이처럼 貴重하고 價値있는 것은 또 없을 것이다. 그러나, 그 通報가 늦어지면 이 情報는 아무런 價値도 없어진다. 이와 같이 「情報」중에는 시간이 지나면 價値가 없어지는 것과, 機械의 設計圖面이나 컴퓨터의 프로그램과 같이 시간이 지나도 그 값이 별로 떨어지지 않는 것도 있다.

스파이가 알려진 攻擊直前の 敵의 情報같은 것은 알맞은 시간에 알맞는 사람에게 通知가 되

지 않는다면 큰 효과를 나타낼 수가 없다. 그런 특별한 경우가 아니라도 예컨대 交通信號의 경우도 情報의 價値를 생각해 하는 일이 많다. 한 예로 交通信號燈의 경우 차가 한대도 지나가지 않는데도 빨간 불이 그냥 켜 있을 때가 있다. 이럴 때 차의 통행을 검출해주는 感知機를 써서 차가 통행치 않을 때는 빨간 불을 재빨리 綠色 불로 바꾸게 해서 차의 통행을 許容한다면 道路上的 交通混雜을 막을 수가 있다. 이와 같은 感知機를 각 交差點에 마련해 놓고 그 情報를 제어하고, 走行中の 차에 알려져 비어 있는 길로 迂回를 시키거나, 信號燈을 조절해서 차의 통행을 원활하게 만들어 준다면 현재 우리가 겪고 있는 交通混雜을 크게 완화시켜 줄 수가 있다.

그래서 道路의 확충이라는 엄청난 돈을 투자하는 대신 感知機와 컴퓨터와 電子回路 만으로 동일한 효과를 얻을 수 있어 크게 돈이 절약된다. 이와 같이 情報를 알맞게 처리해서 이용하면 시간과 물질과 에너지를 절약할 수가 있다.

늘어나는 데이터 베이스會社

그래서 美國에서는 이와 같은 情報의 유효적절한 이용을 위해 情報 關聯事業이 크게 늘고 있다. 예컨대 MEDLINE이라는 데이터 베이스會社は 醫學에 관한 갖가지 情報를 즉석에서 단추 몇개의 조작으로 醫師나 病院에 알려 줘 크게 인기를 끌고 있다. 이 MEDLINE에는 醫學에 관한 약 60萬가지의 情報가 항목별로 분류되어 있어 단추 하나로 순식간에 檢索이 되도록 되어 있다. 그래서 예컨대 「사라세미아」라는 듣기 힘든 病的 治療法도 단추 하나만 누르면 그 治療法에 관한 關聯 論文의 題目과 研究發表者와 醫學專門誌의 명칭이 나오고, 다른 단추 몇 개를 더 누르면 그 論文을 팩시밀리(Facsimile)로 복사까지 해준다.

마찬가지로 美國의 法律事務所에는 이제 넓은 방 가득히 채워져 있던 數百, 數千卷의 判例集 대신 컴퓨터 端末機 한 대만이 남아, 訴訟에 관련된 事件의 性格을 記述하는 몇마디 術語의 단추만 누르면 美國開拓 350年間に 이루어졌던 모든 判例나 事例를 단번에 알아낼 수 있게 되어 있다. 이런 데이터 베이스 會社は 현재 1,000 個도 넘게 設立되어 현재도 매달 10餘個 會社가 새로 設立되어 제각기 명성을 올리고 있다.

또 國際間에도 「인터내셔널 컴퓨터 액세스 서

비스」(ICAS)라 불리는 國際的인 데이터 뱅크의 檢索(access) 서비스가 열려, 우리나라도 데이터 通信會社를 통해 사무실에 앉아서 美國의 데이터 베이스 會社가 모아 놓은 情報를 入手할 수 있게 되었다.

TV電話로 出張旅行時代는 종식

그뿐만 아니다. 이제 科學者들은 이런 情報檢索, 또는 情報傳達 서비스를 個人水準이나 會社水準으로까지 낮추어서 누구나가 타이프라이터 크기만한 컴퓨터 端末機와 家庭用 TV를 써서 손쉽게 갖가지 情報에 접할 수 있게 하려 하고 있다.

또 그와 동시에 電話도 현재까지의 音聲電話를 확충시켜 音聲과 畫像이 동시에 나오는 TV電話(Picture phone, 映像電話)를 개발하고 보급시키려 하고 있다. 이런 電話는 이미 美國에서는 1964년에 벨電話研究所가 商品化까지 하고 있었으나 이 電話는 약 60~100回線의 音聲 電話回線을 쓰기 때문에 그 통화료가 무척 비쌌었다. 그러나 최근에 이르러 通信衛星 및 光通信을 쓰는 기술이 발달되어 長距離 電話料가 눈에 띄게 떨어지는 결과 美國에서는 최근들어 폭발적인 普及 增加가 이루어지고 있다 한다. 그리하여 우리나라의 某會社도 이미 이런 TV電話를 만들어 大量 美國으로 輸出하고 있는 중이다.

이제 한 걸음 더 나아가 釜山·서울 사이에 TV電話서비스가 開設된다면 釜山 出張 自體가 必要없게 될런지도 모른다. 대부분의 出張은 현지에서 가서 사람을 만나는 일이. 주요 항목으로 되어 있는데 TV電話는 이런 面談일을 당장에 해결해 주기 때문이다.

그래서 1988년 서울 올림픽이 열리는 때쯤이 되면 우리나라도 TV電話時代에 접어들어 釜山 旅行은 觀光旅行이 대부분이 되고 業務用出張은 TV電話가 대신해주는 시대가 될지도 모른다.

이 以外로 科學者들은 TV電話뿐만 아니라 여러사람이 여러 곳에 앉은 채 서울本社와 할 수 있는 TV電話會議 시스템도 마련중에 있다.

이와 같은 TV電話會議 시스템과, 데이터 通信, 데이터 베이스 會社의 역할이 경영이나 사회 활동의 主役이 되는 시대를 情報化時代라 부르며, 그 시대는 우리나라에도 1990年代가 되면 틀림없이 찾아올 것이 예상된다.