

《主 題》

우리나라의 정보통신 이용환경과 이용성향

— 한국PC통신(주) HiTEL의 사례를 중심으로 —

최 동 휘

(한국PC통신(주) 상무이사)

I. 논의를 시작하며	IV. 정보통신 이용성향
II. 정보통신 이용자	V. 정보통신 이용성향의 변화전망
III. 정보통신 이용자의 환경	V. 논의를 마무리 지으면서

I. 논의를 시작하며

우리나라에서 정보통신(협의의 컴퓨터통신)이 사업의 한 영역으로 자리잡기 시작된 시기는 그다지 오래지 않다. (주)데이콤의 “천리안1”이 우리나라 정보통신사업의 종합서비스업체로서 일반에게 처음 선보이기 시작한 것이 1985년이며, 무료정보통신 서비스로 한국통신이 “HiTEL,” 한국경제신문사가 “KE-TEL”을 제공하기 시작한 것도 각각 1989, 1988년이 고작이다.

그러나 이와같이 일천한 정보통신사업의 역사속에서 이용자의 증가는 개인용 컴퓨터의 보급확산과 더불어 놀라운 속도로 상승하고 있다. 1988년 1만명에 불과하던 PC통신 서비스의 이용자는 1990년 8월에 한경의 KETEL 가입자만 10만명을 돌파하여, 2년만에 무려 10배나 증가하였으며 한국PC통신주식회사가 설립된 1991년 12월을 기화로 1993년 5월 현재 국내 PC통신 인구는 전체적으로 35만명 선에 육박하고 있는 것으로 밝혀지고 있다. 물론 이 숫자에는 소규모 사업자나 사설 BBS의 이용자가 포함되지 않는 반면, 대규모사업자의 증복가입자수가 차감되지 않고 있다. 그러나 짧은 기간동안의 정보통신경험을 갖고 있는 우리나라로서는 매우 높은 수준의 증가임이 틀림없다. 더구나 초기 소수의 컴퓨터 관계자들이나 지식인 등 일부계층의 전유물처럼 인식되던 정보통신 서비스가 이제는 국민학교에 다니는 어린이로부터 정

년퇴직 후 삶을 정리해나가는 노인들에 이르기까지 그 저변이 서서히 일반화, 대중화하고 있음을 알 수 있다.

이 글은 이렇게 급격한 정보통신 이용자수 증가에 따라 발생한 정보통신 문화, 바꾸어 말하면 PC통신이 이룩하고 있는 새로운 가치질서, 그리고 그 문화형성을 주도하고 있는 계층에 대한 사회, 인구적 특성에

표 1. 국내 pc보급 현황 및 전망

년 도	PC보급 대수(단위: 천대)
1991	1,810
1992	2,800
1993	3,960
1994	5,610
1995	7,720
1996	9,860

표 2. 한국PC통신 HiTEL 서비스 이용자현황

년 도	이용자 수 (단위: 명)	증가율
1988	5,460	
1989	11,470	(110.1%)
1990	42,628	(271.6%)
1991	120,470	(182.6%)
1992	224,475	(86.3%)
1993. 5	248,978	(10.9%)

표 3. 해외 정보통신 서비스 이용자 증가추세 (단위: 천명)

국명	서비스	1988	1989	1990	1991	1992.5
프랑스	TELETEL	4,228	4,969	5,828	6,730	7,010
	(증가율)		(17.5)	(17.3)	(9.3)	(4.2)
미국	PRODIGY	220	380	680	1,250	1,550
	(증가율)		(72.7)	(78.9)	(83.8)	(24.0)
일본	PC-VAN	55	100	195	330	420
	(증가율)		(81.8)	(95.0)	(69.2)	(27.3)
	NIFTY-SERVE	28	87	160	270	420
	(증가율)		(210.7)	(83.9)	(68.8)	(55.6)

대한 분석과 그들이 보여주는 형태등을 중심으로 기술하고자 한다. 이러한 연구는 정보통신 인구의 저변이 지금보다 급격한 속도로 지속, 확산되어 정보화시대에 진입한다는 인류문화의 발전단계에서 볼 때 우리의 앞날을 설정하는 중요한 근거를 제공하게 될 것이다.

그러나 필자가 여기서 논술하고 있는것은 이러한 정보통신 분야에 종사함으로써 얻은 기술적, 체험적 지식의 일면일 뿐 학문적이고 이론적인 접근에는 한계가 있음이 분명할 것이다. 따라서 광범위하고 문화론적인 주제로 접근보다는 필자 개인이 몸담고 있는 한국PC통신(주)의 HiTEL서비스를 통해서 이루어지고 있는 구체적인 사례를 중심으로 현상에 대한 분석 위주로 접근할 수 밖에 없는 점을 이해해주시길 바란다.

II. 정보통신 이용자

산업화 사회에서 정보화사회로의 전환이 불가피하다고 느끼는 오늘날 한국적 상황에서 정보통신에 가장 가까이 접근하고 있는 계층은 과연 누구인가. 모든 논의의 시발점은 그 계층을 이해하는데에서 시작될 수 있을 것이며, 이에대한 규명이 모든 현상을 설명하는 중요한 요소가 될 것이다.

먼저 이들의 사회인구적 특성을 살펴보자.

(본 자료는 1993년 4월 현재 한국PC통신(주)의 HiTEL 서비스 가입자에 대한 통계이다.)

1) 성별 및 연령

전체 PC통신 이용인구 중 여성이용자의 비율은 15% 수준에 머물러 있어 남성이용자가 압도적으로 높은 비율을 보여준다. 이는 컴퓨터교육이 남녀간에

동등하게 이루어지고 있으나, 사회활동이 왕성한 남성이 여성에 비하여 상대적으로 훨씬 높은 비율을 차지하고 있다는 점을 고려하면, 컴퓨터통신은 가정에서 보다는 사회생활에서 더욱 필요를 느끼고 있음을 알 수가 있다.

연령대별로는 20대가 39.1%를 점유, 가장 높은 비율을 보이는 연령대로 나타났다. 이 또한 PC통신의 특징 가운데 하나로서 이용자의 대부분이 30세이하의 젊은 층이라는 점은 컴퓨터의 등장시기나 정보통신사업의 역사를 볼 때 당연히 유추해 볼 수 있는 점이다. 따라서 정보통신의 미래가 확연히 밝음을 짐작하는데는 어려움이 없을 것이다. 또한 사회에서 가장 왕성한 활동력을 과시하고 있는 이 연령층의 이용자가 꾸준히 상승하고 있음을 국가전략적으로 생산력을 높이는 데도 크게 작용할 것으로 기대된다.

표 4. 성별 분포

구분	비율
남성	85.0
여성	15.0

표 5. 연령대별 분포

구분	비율
10대	14.7
20대	39.1
30대	26.1
40대	12.2
50대이상	7.3

2) 직업 및 거주지역

직업군으로는 학생이 전체의 43.8%로 압도적인 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났으며 거주지역별로는 서울지역 거주자가 57.3%를 차지하였다. 즉 대표적인 HiTEL서비스 이용자는 서울에 거주하는 남자대학생인 것으로 보인다.

3) 정보통신 서비스 가입 동기

정보통신 서비스 초기가입자들의 가장 중요한 이용 동기는 다소 막연한 응답이긴 하지만 정보화사회에 대비하기 위해서라는 것이 38.7%를 차지하고 있고, 호기심으로 가입했다는 이용자의 비율도 20.8%에 달해 아직까지는 특별한 목적에 의해서나 업무를 위한 차원에서 정보통신 서비스를 이용하는 비율보

표 6. 직업군별 분포

구 분	비 율
학 생	43.8
회사원	29.8
공무원	4.0
교 원	3.5
자영업	14.3
전문직	4.8
주 부	1.9
기 타	3.7

표 7. 거주지역별 분포

구 분	비 율
시 울	57.3
부 산	6.8
대 구	3.6
인 천	3.8
광 주	2.8
대 전	2.4
경 기	11.5
강 원	1.2
충 청	2.8
전 라	3.0
경 상	4.5
제 주	0.4

표 8. 가입 동기

(단위: %)

구 분	TOTAL	연령대				성 별	
		10대	20대	30대	40대	남자	여자
정보화사회 대비	38.7	23.2	41.9	57.3	75.0	39.5	32.1
호기심	20.8	27.2	20.9	6.8	6.3	20.7	21.4
회사업무 필요	2.6	.0	3.1	7.8	.0	2.5	3.6
친지와 의견/자료 교환	14.8	23.2	13.2	3.9	.0	14.6	16.7
동료 이용을 보고	7.8	10.8	7.8	1.9	.0	8.0	6.0
컴퓨터 구입처 권유	.8	.8	.7	.0	6.3	.6	2.4
마둑 등의 서비스 이용	2.4	.8	2.6	5.8	.0	2.5	1.2
특별 서비스 이용위해	4.4	4.4	3.3	9.7	.0	4.1	7.1
기타	7.7	9.6	6.6	6.8	12.5	7.5	9.5

나 높게 나타났다.

이는 한국에서의 정보통신사업이 아직은 자생적 수준을 넘지 못하고 있음을 반증하는 것이기도 하다. 저연령층에서는 호기심 및 주변 친지와 의 데이터교환이 큰 비중을 차지하고 있으나 고연령층일 수록 정보화사회에 대비하여야 한다는 생각 때문에 가입한 것으로 나타났다. 따라서 기성세대라고 말할 수 있는 30대 이상의 연령층에서 현실적인 필요에 의해서라기보다는 막연히 다가오는 정보화사회에 대비해야 된다는 중압감을 갖고 있는 것으로 풀이된다.

이상 정보통신 이용자의 인적구성이나 가입동기를 살펴보면 우리나라의 정보통신 이용자는 서울에 사는 20대 남자 학생층으로 편중되어 있고 그나마 가입동기도 정보의 필요에 의해서가 아닌 새로운 통신수단의 발전이라는 호기심에서 출발하고 있어 각계각층의 국민모두에게 정보문화의 혜택이 골고루 미쳐 정보의 생활화가 이루어지는 소위 정보화시대의 진입이라는 본래의 목표를 생각하면 우리나라의 정보화시대는 아직 준비단계에 머물고 있다고 보아 무리가 없을 것이다.

III. 정보통신 이용자의 환경

<본 자료는 1992년 11월24일부터 29일까지 6일간 한국PC통신(주)이 자체이용자를 대상으로 실시한 온라인 설문조사를 근거로 한 것임을 밝혀둔다(응답자 1,678명, 회신완료 기준)>

PC통신 이용자의 편중현상은 이용자 환경에서도 잘 나타난다. 그들은 중산층 이상의 경제수준을 갖는 가정에서 개인용컴퓨터를 소유하고 있다.

1) 이용 단말기

HiTEL 이용자가 사용하는 단말기의 종류로는 PC가 91%를 차지하고 있으며 한국전기통신공사에서 정보통신 문화발진을 위해 보급하고 있는 하이텔 단말기로 이용하고 있는 비율은 7.6% 수준이다. 따라서 PC통신의 이용환경은 PC레벨에서 형성되어 있는 것을 알 수 있다.

이것은 PC의 이용으로부터 PC통신으로의 이션이 대부분의 이용과정이며 통신의 목적이 아니라 정보를 취득하기 위하여 단말기를 이용하게 되는 경우가 아직 드물다는 것을 짐작케 한다. 다만 고연령층, 주부 등 컴퓨터에 익숙지 않은 계층에서는 HiTEL 단말기

가 정보검색을 위한 유용한 수단으로 활용되고 있음은 주목할 만한 일이라 할 수 있다. 또한 VGA 등 컬러모니터의 보급이 증가추세에 있어 이용환경은 컴퓨터기술 및 시장동향에 민감하게 반응하고 있음을 알 수 있다.

표 9. 이용 단말기

(단위: %)

구 분	TOTAL	연령대				성 별	
		10대	20대	30대	40대	남자	여자
이용 단말기							
PC(VGA)	63.7	60.0	68.2	56.1	54.1	64.5	54.7
PC(MONO)	27.7	31.7	25.8	26.6	24.3	27.7	28.1
하이텔단말기	7.6	7.2	5.0	16.4	18.9	7.1	12.9
기타	1.0	1.1	1.0	.9	2.7	.7	4.3

2) 통신 프로그램

경북대 학생들이 공개프로그램으로 만들어 배포하고 있는 “이야기”의 사용비율이 93%에 달하고 있어 절대적인 사용비중을 보인다. 이러한 이야기로의 집중현상은 “이야기”가 다른 통신용 에뮬레이터에 비해 여러가지 편리한 기능을 갖고 있음을 물론, 무료로 공개되어 쉽게 구할 수 있다는 장점을 갖고 있기 때문이다.

그러나 여기서 간과해서는 안될 부분은 PC통신이 정부 또는 공공기관에 앞서 PC통신 애호가들 스스로에 의해서 발전되어 왔으며 따라서 대부분의 정보를 문자로 표현하게하는 요인이 되어 GRAPHIC, VOICE, IMAGE를 포함하는 MULTI-MEDIA 시대의 도래와 함께 필수적으로 등장하는 표준화나 서비스 보급에 상당한 제약요인으로 남게될 것이라는 점이다.

표 10. 이용 에뮬레이터

(단위: %)

구 분	TOTAL	연령대				성 별	
		10대	20대	30대	40대	남자	여자
이야기	92.8	94.0	94.1	85.9	82.8	93.0	90.4
슈퍼세션	.9	.2	1.4	.6	.0	.8	1.7
프로콤	.4	.0	.3	2.3	.0	.5	.0
아기사랑	1.7	1.8	1.3	2.8	3.4	1.7	1.7
하이콤	1.2	.2	.9	4.5	3.4	1.2	1.7
비전텔	.1	.2	.0	.0	.0	.1	.0
기타	2.9	3.5	2.1	4.0	10.3	2.8	4.3

3) 접속 회선

여기에는 일반전화번호에 의한 다이얼업 접속과 패킷망에 의한 157 접속이 있으며, 이 가운데 다이얼업 이용자의 비율이 58%를 차지하나 한국통신에서 제공하는 HiNET-P망인 157망 이용자도 42%를 차지하고 있다. 특히 지방 이용자일수록 157번 이용이 높은 비율을 차지하고 있으며 소규모 도시일수록 이용도가 높아져 상원지역에서는 그 이용비율이 90%를 상회하고 있다. 이는 157번망이 갖는 데이터통신 전용망으로서의 강점 보다는 정보통신 서비스 업체가 제공하는 지방 회선의 한계와 이용자들의 전화요금 부담이 크게 작용한 것으로 볼 수 있을 것이다.

그러나 우리는 여기서 정보사업과 통신사업이 어떻게 조화되어야 하는가를 연구하여야 한다. 정보서비스는 전화로 통신사업체계와 정보로 대변되는 DB 사업체계가 어떻게 적용되는냐에 따라 이용자에 미치는 효과가 너무 크기 때문이다.

표 11. 접속 회선

(단위: %)

구 분	TOTAL	접속지역					
		서울	부산	대구	인천	대전	경기
157망	42.3	26.3	76.1	76.1	75.9	61.3	70.3
전화망	57.7	73.7	23.9	23.9	24.1	38.7	29.7

구 분	TOTAL	접속지역				
		강원	충북	충남	경북	경남
157망	42.3	96.2	91.1	82.0	84.6	83.3
전화망	57.7	3.8	8.9	18.0	15.4	16.7

4) 가입 시기

하이텔 이용자의 77%가 91년 이후의 가입자인 것으로 나타나 최근 급격히 증가세를 보이고 있는 정보통신 인구의 확산을 보여주고 있다. 이는 한국데이터통신 설립으로 부터 다져온 정보사회로의 이행을 위한 정부의 의지, 그리고 통신사업의 성숙이 가져온 사회적인 변화에 대한 강력한 요구가 점차 구체화 하고 있는 가운데 한국PC통신이라는 정보전달회사의 설립이 정보애호가들을 중심으로 한 그룹과 이해 관계가 맞아 떨어진 결과라고 보아야할 것이다.

표 12. 정보통신 서비스 가입서기

(단위:%)

	TOTAL	연령대				성 별	
		10대	20대	30대	40대	남자	여자
88년	3.6	4.4	2.8	5.2	2.8	3.8	1.4
89년	6.3	4.7	6.6	8.5	8.3	6.8	1.4
90년	14.1	15.2	13.5	12.7	19.4	14.5	10.1
91년	24.1	22.6	24.8	24.4	25.0	23.9	26.1
92년	51.9	53.1	52.3	49.3	44.4	51.0	60.9

IV. 정보통신 이용성향

21세기, 정보사회의 선구자들은 정보통신을 어떻게 이용하고 있을까! 이를 분석해보면 좀더 심층적으로 통신문화를 이해하고, 나아가 진 국민의 생활과 함께 정보문화가 확산될 수 있는 터전을 마련할 수 있을 것이다.

1) 주 이용시간대

하이텔 이용자의 서비스 이용시간대는 21시 1시가 46.4%, 17-21시간 17.3%로 나타나 주로 밤에 이루어지고 있는 것으로 나타났다. 이는 정보통신 이용자 신분이 갖는 특성(즉 대부분의 이용자가 사회생활을 하는 남자이며 학생층이라는 점)때문에 기인하는 것으로, 이로 인하여 포트의 효율적인 시간 분배를 하지 못하고 있는 것으로 판단된다. 이를 직업별로 분석해보면 학생, 회사원 교원 등 대부분이 밤시간에 이용을 하고 있었으나 낮시간을 활용할 수 있는 주부의 경우는 9시-13시 40%, 13-17% 20% 등 전체 60%가 낮시간에 서비스를 이용하고 있다.

그러나 주부는 전체 이용자중 1.9%로 접속포트의 효율적인 분배에 영향을 주기에는 미흡한 부분이 있다. 또한 회사원들의 하이텔 접속이 퇴근시간 후인 밤시간에 몰려 있는 것은 아직 정보통신서비스를 실업무에 활용하지 못하고 있는 것을 단적으로 보여준 것이라 할 수 있다. 이를 극복하기 위해 주부등 낮시간에 하이텔을 이용할 수 있는 대상을 위한 정보서비스 개발과 지속적인 업무활용 정보의 개발이 정보 통신의 대중화에 밑거름이 될 것이다.

2) 이용 시간

하이텔의 하루 평균 이용시간은 31분에서 1시간이 44.3%로 가장 많았으며 1시간에서 2시간이 30.1%를

표 13. 주 이용시간대

(단위:%)

구분	TOTAL	연령대				성 별	
		10대	20대	30대	40대	남자	여자
5-9시	9.9	19.9	4.6	8.3	6.1	10.0	9.6
9-13시	11.1	11.5	10.1	13.2	15.2	10.6	15.6
13-17시	7.5	5.0	5.9	16.6	21.2	6.8	14.1
17-21시	17.3	22.1	13.2	20.5	33.3	17.8	12.6
21-1시	46.4	35.1	56.2	39.0	21.2	47.0	40.7
1-5시	7.7	6.5	10.1	2.4	3.0	7.8	7.4

구분	TOTAL	직업군						
		회사원	학생	공무원	교원	전문직	자영업	기타
5-9시	9.9	7.4	11.6	6.5	9.7	6.3	8.5	5.6
9-13시	11.1	14.8	9.8	6.5	6.5	17.2	6.4	13.3
13-17시	7.5	17.8	3.2	6.5	16.1	10.9	19.1	10.0
17-21시	17.3	17.0	17.5	19.4	32.3	15.6	21.3	11.1
21-1시	46.4	40.0	48.9	58.1	35.5	43.8	34.0	47.8
1-5시	7.7	3.0	9.1	3.2	.0	6.3	10.6	12.2

차지하고 있다. 여기에는 현재의 데이터통신요금의 정보전달의 특성을 고려하지 않고 음성통신요금과 동일하게 적용되고 있어 정보통신이용자에게 경제적인 부담을 크게주고 있다는 점을 생각해 보아야 할 것이다. 특히 현재 데이터통신방이 전국에 균등하게 분포되어 있지 못해 이용자 가운데 일부는 시외전화번호로 서비스를 접속하고 있을 뿐 아니라 앞에서 언급하였듯이 하이텔 전체이용자의 43.8%가 비경제적인 고인 학생인 점을 감안할 때 통신인구의 직분화대라는 측면에서 통신요금은 가장 큰 문제 가운데 하나로 지적할 수 있다. 따라서 정보통신요금을 특성에 맞게 통신요금으로부터 차별화시킨다면, 차별화된 정보통신요금을 대중화라는 측면에서 과감하게 감면시키

표 14. 일평균 이용 소요시간

(단위:%)

구분	TOTAL	연령대				성 별	
		10대	20대	30대	40대	남자	여자
30분미만	12.1	13.0	9.1	20.6	21.2	12.3	10.4
31분-1시간	44.3	46.7	42.7	44.1	48.5	45.5	32.6
1-2시간	30.1	29.3	31.9	26.5	18.2	29.1	40.0
2-3시간	7.5	6.5	8.9	3.9	9.1	7.4	8.9
3시간 이상	6.0	4.3	7.4	4.9	3.0	5.8	8.1

구 분	TOTAL	직업군						
		회사원	학생	공무원	교원	전문직	자영업	기타
30분미만	12.1	16.3	11.9	6.7	19.4	7.9	12.8	4.4
31분-1시간	44.3	45.9	43.9	46.7	58.1	55.6	40.4	33.3
1-2시간	30.1	25.6	31.1	36.7	9.7	27.0	29.8	37.8
2-3시간	7.5	6.3	7.8	6.7	6.5	1.6	6.4	12.2
3시간 이상	6.0	5.9	5.2	3.3	6.5	7.9	10.6	12.2

는 등의 조치가 육성 초기단계에서 적용되는 것이 바람직하다고 하겠다.

3) 이용자번호의 공동 사용

통신을 하면서 자신의 이름보다 우선시되며 자신을 나타내는 일차적인 수단이 되는 이용자번호의 공동사용에 대해 전체 68.7%가 본인혼자 사용한다고 답하였다. 이를 성별로 보면 남성이 여성보다 혼자 사용하는 경우가 많고, 비경제인구인 10대는 가족 혹은 친구와 공유하는 것으로 나타났다. 또 특징적인 것은 직업별로 볼 때 주부는 응답자의 100%가 가족과 공유하는 것으로 나타났다. 이를 볼 때 아직 여성 특히 주부들은 이용자번호가 개인의 독립된 명칭이라는 인식이 낮은 반면 많은 통신인이 이용자번호를 자신의 고유한 소유라 인정하고 있다 판단된다. 이것은 정보화사회로 들어섰을 때는 현재의 전화번호처럼 자기의 이용자번호가 외부에 대해서 자신을 나타내게 된다는 것을 인식하고 있다는 사실을 말해주고 있다. 실제로 현재 많은 통신인들은 병합, 집필 책자 등에 pc통신 이용자번호를 표시하여 자신과의 연락방식에 이용자번호를 함께 기입하고 있음을 쉽게 확인할 수 있다.

여기서 주의를 환기시키고 싶은 것은 정보화는 개성화를 의미하고 개성화는 이용자번호와 비밀번호를 통해 실현되고 있어 이용자번호의 경우 공동 사용 등

표 15. 이용자번호 검용사용 여부

(단위: %)

구 분	TOTAL	연령대				성 별	
		10대	20대	30대	40대	남자	여자
병용 사용여부							
본인만 사용	68.7	61.4	71.8	72.5	66.7	70.1	54.8
가족과 병용	16.8	20.7	14.4	15.2	30.3	15.3	31.1
친구와 병용	11.9	17.6	11.2	3.9	.0	12.2	8.9
회사	2.6	.2	2.5	8.3	3.0	2.4	5.2

이 가능하나 비밀번호의 유출은 예기치 못한 사고를 수반하는 경우가 대부분이라는 것을 이용자가 꼭 주의해야한다는 것이다.

4) DB와 BBS의 이용 분석

DB와 BBS의 메뉴 및 상품구성비에서는 현재의 여건에서도 82%:18%로 DB가 압도적으로 높은 비율을 차지하고 있지만 이용시간을 근거로 분석해 본다면 상황은 정반대이다. 즉 전체 이용시간 중 BBS가 차지하는 비중이 82%에 달하는 것으로 나타난다. 이는 DB산업의 육성이라는 지상명제를 달성하기 위해 노력해야하는 정보통신 관련업체들의 의지부족도 한 가지 원인이라고 할 수 있지만 현재 우리나라에서의 DB산업이 사업으로서의 시장성에 아직은 상당한 한계를 갖고 있는 것이라고 할 수 있다. 또한 현재까지의 정보통신 서비스의 발전과정이 DB육성 차원에서라기 보다는 PC시장의 자생적 성숙이라는 상황에서 BBS라는 파생적 기능에 의해 주도되고 있다는 것을 말해준다.

HTEL에는 214개의 DB에 1,051개의 상품이 구성되어 있다. 하지만 DB로서 사업성을 확보한 DB는 불과 10개 남짓한 실정이다. 이는 DB에 대한 이용시간으로 정보제공료가 지급되는 현시점에서 BBS 위주의 이용행태가 낳은 결과이다. 그나마 정보제공을 부수적인 사업으로 실시하고 있는 업체를 제외하고 순수하게 정보의 개발과 제공을 전문으로하는 전문 DB업체 가운데 자생력을 가진 업체는 불과 5개 남짓에 불과한 실정이다. 따라서 대규모 DB유통업체로서 그 위상을 달성하고자 하는 한국PC통신은 자칫하면 BBS 업체로서 전략할지도 모르는 위험성을 내포하고 있다.

5) 주이용 DB 분석

하이텔 이용자들이 주로 이용하는 데이터베이스를 보면 31.8%가 생활/문화 관련 DB를 애용하는 것으로 나와 정보통신이 이제 국민생활의 한 영역으로 자리매김하고 있음을 볼 수 있다. 이를 연령별로 보면 고연령층으로 갈수록 뉴스/기상을 선호하고 있었다.

여기서 유의해야할 것은 아직은 오락, 게임, 퍼즐 등 놀이형 DB가 주축을 이루고 있어 국민의 알 권리와는 무관하게 발전하는 것이 우려되고 있다.

표 16. 주이용 DB

(단위: %)

구분	TOTAL	직업군						
		회사원	학생	공무원	교원	전문직	자영업	기타
기사 정보	17.8	2.46	14.0	33.3	26.7	25.4	23.4	22.5
하이텔 이벤트	14.2	10.4	15.2	6.7	16.7	15.9	8.5	15.7
통신 정보	29.4	24.3	32.6	40.0	20.0	25.4	17.0	22.5
생활 정보	31.8	22.4	35.5	16.7	26.7	23.8	27.7	34.8
가계/부자	4.1	10.4	1.7	3.3	10.0	3.2	17.0	3.4
경제정보	2.2	7.5	.5	.0	.0	6.3	6.4	.0
영문 정보	.5	.4	.5	.0	.0	.0	.0	1.1

6) 주이용 BBS 분석

이용자 스스로가 정보제공자가 되고, 이용자도 되는 BBS의 이용형태를 보면 S/W등 각종 자료를 교환하는 공개자료실의 이용이 41.1%로 주를 이루었다.

성별로 주이용 BBS를 보면 남성은 공개자료실, 여성은 큰마음(게시판)을 애용하고 있는 것으로 나타나 성별로 정보통신에서 찾으려는 목적이 상당한 차이를 보이고 있다. 또한 이를 연령별로 보면 이용자층이 가장 많은 20대, 30대가 공개자료실을 선호하고 직업별로도 학생이 공개자료실을 선호하고 있어 하이텔통신서비스를 이용하는 대다수의 정보통신인이 컴퓨터활용을 높이는 공개자료에 관심을 갖고 있다 할 수 있다.

표 17. 주이용 BBS

(단위: %)

구분	TOTAL	직업군						
		회사원	학생	공무원	교원	전문직	자영업	기타
바둑	3.9	7.7	1.3	6.7	14.3	13.1	15.2	3.4
공개자료실	41.6	39.4	43.7	46.7	35.7	37.7	41.3	27.3
전자우편	11.6	11.6	12.0	13.3	10.7	9.8	10.9	9.1
게시판	32.8	29.0	34.2	16.7	32.1	29.5	17.4	46.6
기타	10.2	12.4	8.8	16.7	7.1	9.8	15.2	13.6

7) 검색 방법

하이텔 서비스이용의 검색방법을 기준으로 볼 때 접속한 상태(on-line)로 보는 경우가 66.3%이고 갈무리, PR 명령 등 보다 빠르고 편리한 검색방법을 사용하는 경우가 적어 사용자들의 상당수가 아직 하이텔 및 애플래이터 이용에 숙달되지 못한 것으로 보인다. 이를 가입시기별로 보면 당연히 경험이 많은 이용자는

갈무리 등을 이용하는 경우가 많고 92년도 가입자들의 경우 접속한 상태로 이용하는 경우가 많은 것으로 나타났다.

표 18. 검색 방법

(단위: %)

구분	TOTAL	연령대				성별	
		10대	20대	30대	40대	남자	여자
갈무리해서 이용	29.5	26.3	31.8	28.6	20.7	29.5	29.2
접속한 상태로	66.3	69.0	64.5	67.6	69.0	66.3	66.7
프린트해서 이용	2.3	.8	3.1	2.7	3.4	2.3	2.5
기타	1.9	4.0	.7	1.1	6.9	1.9	1.7

8) 이용자가 필요로 하는 정보

현재 통신인들이 가장 필요로 하는 정보는 학습(17.8%), 학술/논문(15.3%), 도서(10.3%)로 전문적인 정보 특히 학문과 관련된 정보를 선호하고 있으며, 일반 생활안내도 14.4%의 수치를 보였다. 직업군별로 사용자들의 요구 정보를 보면 회사원들은 일반 생활안내(25%)를, 학생은 학습학술/논문/도서 정보를, 주부는 가정/생활상식을 필요로 하고 있어 직업별 특성을 잘 보여주고 있다.

따라서 현재 하이텔의 이용자들은 단순한 오락성이나 취미, 흥미위주가 아닌 자신들의 업무에 유용하게 활용하는 전문데이터베이스의 보급을 바라고 있으며 우리나라 정보산업의 건전한 발전에 크게 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

표 19. 필요 정보

(단위: %)

구분	TOTAL	연령대				성별	
		10대	20대	30대	40대	남자	여자
법률정보	3.4	2.0	3.9	4.8	3.4	3.4	3.3
학술/논문정보	15.3	4.0	22.3	14.0	6.9	15.3	15.0
도서정보	10.3	14.4	10.0	4.3	.0	9.7	15.8
학습정보	17.9	36.3	10.1	9.1	17.2	17.9	18.3
가정/생활상식	8.3	7.2	7.5	13.4	13.8	8.0	11.7
일반생활안내	14.1	8.2	15.2	20.4	27.6	14.6	8.3
관보	.7	.0	.3	2.7	6.9	.7	.0
기업관련정보	3.6	.2	3.3	10.8	10.3	3.7	3.0
해외DB	12.3	7.0	15.4	12.4	6.9	12.4	10.8
전문행사안내	5.3	4.5	6.2	3.2	3.4	5.2	6.7
기타	8.8	16.2	5.9	4.8	3.4	9.0	6.7

구분	TOTAL	직업군						
		회사원	학생	공무원	교원	전문직	사영업	기타
법률정보	3.4	6.2	2.3	7.1	3.6	5.1	4.9	3.6
학술/논문정보	15.3	10.3	17.2	10.7	28.6	28.8	2.4	4.8
도서정보	10.3	5.0	12.3	7.1	10.7	6.8	2.4	12.0
학습정보	17.9	8.3	22.3	10.7	10.7	11.9	12.2	13.3
가정/생활상식	8.3	11.2	6.3	7.1	7.1	8.5	19.5	14.5
일반생활안내	14.1	25.6	10.4	21.4	7.1	8.5	29.3	15.7
관보	.7	1.2	.0	7.1	7.1	.0	4.9	.0
기업관련정보	3.6	10.7	1.5	.0	.0	5.1	12.2	2.4
해외DB	12.3	14.9	12.0	7.1	7.1	15.3	9.8	10.8
전문행사안내	5.3	2.9	5.6	10.7	10.7	8.5	.0	6.0
기타	8.8	3.7	10.2	10.7	7.1	1.7	2.4	16.9

9) 이용자의 불만 사항

하이텔 이용자의 가장 큰 불만사항으로는 접속상태를 들었으며, 정보의 다양성을 그다음으로 들었다. 이는 88년 무료로 정보통신이 보급되면서 통신인이 급격하게 증가하였으나 통신환경은 이를 보완할 수 있도록 확충되지 못한 환경에서 나타난 현상이라 하겠다. 특히 이 접속상태 불만은 서울, 부산등 대도시에 비해 상대적으로 통신환경이 열악한 지방 이용자들에게서 다소 많이 나타나 지방의 공평한 통신환경 조성이 시급하다고 하겠다.

표 20. 이용자 불만사항

(단위: %)

구분	TOTAL	연령대				성별	
		10대	20대	30대	40대	남자	여자
접속상태	48.4	45.9	49.7	51.9	30.0	48.8	44.8
신속성 결여	8.7	7.8	9.7	7.6	6.7	8.9	7.2
다양성 결여	12.6	11.2	12.0	17.8	13.3	11.9	20.0
정확성 결여	2.6	2.4	2.2	3.2	10.0	2.6	2.4
BBS 형태/내용	3.7	4.1	3.6	3.8	.0	3.7	4.0
운영진 태도	9.7	9.7	10.8	4.3	13.3	9.9	8.0
이용자 태도	3.4	4.6	3.0	1.6	6.7	3.3	4.0
질의 답변 부족	3.4	4.6	3.1	2.2	3.3	3.4	4.0
기타	7.5	9.7	5.9	7.6	16.7	7.7	5.6

V. 정보통신 이용성향의 변화 전망

위에서 나타난 바와 같이 초기 정보통신인들은 주로 학생층의 10대, 20대가 주류를 이루고 있으며 점차적으로 30대 회사원들의 이용이 늘어나는 추세이다.

이들이 요구하는 데이터 베이스는 학습 등 전문정보에 관련된 것이고 주로 BBS의 이용이 많은 추세이다. 이는 실제 이용통계를 보면 전체 메뉴의 18% 뿐인 BBS와 전체메뉴의 82%를 차지하는 데이터베이스의 비율이 10:1로 나온 것을 보면 알 수 있다. 이것을 본 때 현재 정보통신의 이용성향은 많은 DB보다는 이용자들이 스스로 정보를 공유하는 BBS의 활용도가 높은 것으로 요약할 수 있다.

이러한 결과는 우리나라의 정보통신산업이 국가 주도 혹은 여타 정보통신 관련기관에 의해 체계적이고 계획적인 단계를 거쳐 이루어진 것이 아니라 국내의 PC보급과 이에 따른 과생과정에서 자생적으로 발전하였기 때문이라고 할 수 있다. 이로 인하여 그간의 정보통신은 정보제공자, 서비스제공자, 이용자 모두 그때 그때의 시의성에 의해 발전한 성향이 많다. 따라서 많은 계획과 준비과정을 거쳐 이루어져야 할 데이터베이스는 그 질적인 면에서도 다소 아쉬운 점이 있으며, 이로 인해 DB의 이용율도 저조하게 나타나고 있는 것이다.

따라서 자생적 시장구조를 갖고 있는 PC 위주의 현 시장에 모델을 보급하면서 현재의 상황을 타개할 것인가 또는 지금이라도 전문가가 아닌 국민모두가 쉽게 이용할 수 있는 보급용 단말기 중심의 시장을 구축하여 PC위주의 재래시장을 효과적으로 접목함으로

써 현상황을 타개할 것인가는 대단히 중요한 연구과제가 아닐수 없다.

일반적으로 정보 후진국이 정보 선진국을 따라잡기 위해서는 정보산업 하부구조에 대한 과감한 투자와 정책의 실현이 우선되고 있다는 점을 감안할 때 필자는 후자가 바람직하다고 본다.

VI. 논의를 마무리 지으면서

이상의 글에서 살펴본 바와같이 우리나라에서의 정보통신의 이용자 및 이용행태는 특정 계층에의 편중화 현상과 그들의 전문성 내지는 취미를 살리는 BBS 위주의 이용현상을 특징으로 하고 있다. 이러한 특징은 세계 8위의 통신망을 보유하고 있는 우리나라에서 PC산업의 획기적인 발전이 갖고온 필연적인 결과였다. 즉 열가에 구입한 PC는 진화를 대체하는 새로운 통신매체로 등장하는 길을 열어주었고, 이 새로운 통신방식이 정보통신의 중심개념으로 인식되어 왔던 것이다. 그러나 정보화 사회의 중심과제인 정보의 대중화, 정보의 생활화라는 범국가적, 범사회적인 목표를 감안하면 이러한 새로운 통신방식은 아직은 정보사업의 형태가 아닌 통신사업의 형태를 벗어나지 못하고 있는 것이다.

여기서 우리는 아래와 같은 두가지 사항을 유의하지 않으면 안된다.

첫째는 PC를 보유하고 있는 사람이 전체국민에 비하여 너무 적고 또 학생층 중심으로 한정되어 있다는 점이다. 따라서 PC를 중심으로 정보사회를 이끌어 갈 때는 모든 국민을 PC 앞에서 학생층으로 만들어야 하는 어려움이 있고, 또 PC라는 기기는 정보사회의 중심점을 이루는 다기능의 TOOL이지 정보를 얻는 단순기능을 갖고있는 TOOL이 아니어서 섀타를 응용, 좀더 고도의 서비스를 추적하는데 사용된다는 것이다.

둘째는 정보를 제공하는 DB는 그 질이나 수, 또는 기능이 한정되어 있어 이미 PC를 살다부리는 전문가그룹의 욕구를 충족시키지 못하고 있다는 점이다. 따라서 사실 BBS는 사실 BBS대로, 대형 BBS는 대형 BBS대로 무한히 잠재하는 시장에서 BBS 영역을 확장시켜나가고 있는 것이다. 그들이 볼때 DB검색은 BBS에 비하여 너무 하찮은 일로 보이고 또 질이 낮다는 것이다.

따라서 이미 300만대이상 보급되어 있는 PC를 중

심으로하는 전문가 시장과 전국민을 대상으로 하는 보급용 단말기시장을 어떻게 조화시켜 갈 것인가가 앞으로 중요한 과제라고 본다.

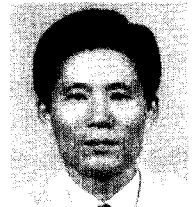
전문가층은 그 사회를 이끌어가는 엘리트 집단으로서 그 사회의 선두에서 방향을 제시하고 대안을 제시하고 있을 뿐이며, 그 사회는 그 사회의 구성원 모두가 지니는 문화에 의해서 형성되어야 한다. 정보화 사회는 이렇게 우리에게 다가오게 될 것이다.

ITTEL 사업이 지니는 고민은 여기에 있다. 한국PC통신은 DB를 개발하여 이용자가 필요로 할때 언제든 지 정보라는 상품을 판수 있어야 한다.

그러나 대부분의 PC통신 이용자는 전문가로 분류되는 BBS 애호가들이고, 그들에게 우리가 갖고 있는 정보는 별용미가 없다. DB수와 BBS수의 비가 82% : 18%인데 비하여 이용시간이 기우로 나타나고 있는 점은 이를 잘 나타내고 있다.

BBS사업은 시장기능에 의해서도 사업이 가능할지 모른다. 그러나 DB사업의 경우는 다르다. 아직은 특정사업자의 사업이라고 볼수 없을 만큼 시장 구조가 취약하기 때문이다. 그러나 DB산업의 발전이 없이 정보화사회로의 진입은 불가능하다. 따라서 DB사업에 관련한 그발전의 열쇠는 우선 하부구조를 형성해야 하는 국가사회의 몫이라 하여 부리가 있을까?

수익성 보장을 위하여 지금의 이용행태에 부합하는 오락적 성격이 강한 BBS 및 DB개발만 지속된다면 이것은 정보사회로의 발전에 짐이 될 것이다.



최 동 휘

- 1963 ~ 81. 4 : 제신문(통신기사)
- 1981 ~ 84. 7 : ITT Asia Pacific(이사)
- 1984 ~ 91. 12 : 한국통신공사(국장)
- 1992. 1 - : 한국PC통신(상부)