

정보제공자의 역할과 윤리의식



오 근 수
(삼보정보통신 사장)

전기통신에서의 정보윤리 필요성

오늘날 정보사회에 있어 사회구조와 인간의 활동이 점차적으로 고도화, 복잡화됨에 따라서 사회적 기본질서와 인간생활의 도덕개념이 더욱 중요시되고 있다. 따라서 매일 폭포처럼 쏟아져 나오는 정보의 발생과 복잡다양한 정보유통구조속에서 인간의 도덕성에 본질과 근거를 갖지 못하는 비윤리적인 정보의 생성이나 유통 또는 소비가 줄 수 있는 사회적 영향은 매우 크다.

정보사회에 있어서의 정보의 개념은 예전의 개념, 즉 「사정이나 정황의 보고」 차원을 넘어 「인간이 알아야 할 지식」의 성격을 갖고 있으며 이는 사회 구성의 중심을 형성하고 있기 때문에 정보자체의 윤리적 구성은 사회성격과 인간의 사고에 결정적 영향을 미칠 수 있다.

이에 기존의 신문이나 방송 등 매스미디어에서는 기사내용이나 방송의 윤리문제가 크게 강조되어 왔기 때문에 오늘날 기존 매스미디어에서의 윤리성은 사회적 기대에 크게 부족함이 없도록 규정화되고 통제되고 있으나 컴퓨터에 의한 정보처리 기술의 발전과 전기통신수단의 발달로 인한 새로

운 전기통신 뉴미디어 체제에서는 미디어 변환에 따른 새로운 윤리개념의 정립이 점진적으로 새롭게 요구되고 있다.

또한 향후 전기통신망을 이용한 정보제공자는 몇몇 공공기관을 이용한 정보제공사업자를 제외하고는 소위 개인이나 소규모 단체가 직접 정보제공자가 되며 이와 같은 다수의 소규모 정보제공사업자는 정보상품판매를 통한 이익창출에 기본목적이 있기 때문에 공공사업자와는 차원을 달리하는 정보윤리의 상대적 윤리의식을 갖게 된다. 더욱이 전기통신망을 통한 통신 이용 성향이 기존의 point to point 방식에서 이제는 공중전기 통신망을 통한 다자간 통신형태로 이용성향이 급변환되고 있기 때문에 전기통신에서의 정보윤리는 기존의 매스미디어와 대등하게 취급되어야 한다.

정보제공사업자의 심리적 이기주의와 윤리범위

인간의 활동에 어느 한 목적이 있다면 그 목적을 수행하는 일련의 행위에는 언제나 목적달성을 위한 이기주의가 형성되기 마련이다.

이와 같은 인간의 심리적 이기주의는 행위의 목적이 뚜렷할수록 또는 목적이 생존에 관한 행위일수록 이기주의는 더욱 증폭되어 행위자 자신은 「모든 행위의 유일한 목적이 행위자 자신의 선을 추구하는 것이며 궁극적으로 각자는 항상 자신의 이익을 증진하기 위하여 행동하며 비이기적이라 생각되는 행위도 실제로는 모든 것이 이기적인 것이다」라고 믿게 됨으로써 사회의 윤리규범과 뒤범벅이 되기도 한다.

기존의 시장 또는 백화점 상품판매 방식에서의 정보란 상품판매를 위한 하나의 수단, 그 자체이었던 반면 현 정보사회에서 정보제공사업자가 제공하는 정보는 그 자체가 바로 상품이라는 큰 차이점을 나타낸다.

시장이나 백화점에서는 상품판매로 수익을 올리고 생계를 유지했듯이 정보제공사업자는 정보의 판매에 사업을 영위한다는 차원에서 볼 때 정보제공사업자도 기존의 상품제조 판매사업자와 마찬가지로 공정거래위반사례, 과대광고선전사례, 불량제품제조 또는 유통사례 등 다수의 문제점이 발생하게 마련이다.

따라서 전기통신에서의 정보윤리는 기존 매스미디어에서 중시해온 미풍양속과 건전사고 차원의 윤리범위를 넘어 정보상품 공정거래차원의 정보윤리가 추가적으로 요구된다.

제공정보의 내용과 시장구매력

인간의 본래의 삶의 가치나 근거를 표준으로 정하여 판단하는 데는 넓은 의미의 「쾌락」으로 표현하고 있다.

「만족」으로도 표현될 수 있는 삶의 「쾌락」은 대

상적 측면에서 볼 때 각자의 시대적 배경이나 사고의 대상 또는 현실의 상황 등에서 큰 차별화를 보이고 있으나 기본적인 근거는 인간의 「사고하는 동물적 근성」에 기초를 두고 있다고 볼 수 있다.

기본적인 「의, 식, 주」가 충족되면 보다 향상된 즐거운 「의, 식, 주」를 추구하게 되고 또한 새로운 정신적, 육체적 유희를 찾게 마련이다.

한국PC통신의 HITEL 4월, 5월 정보별 현황 통계에서도 볼 수 있는 바와 같이 전체이용시간의 약 50%는 동호회 서비스(30%)와 대화실 서비스(20%)이며 불란서의 미니텔에서도 전체이용시간의 60%가 고객센터를 차지하고 있다.

현대사회 생활에 필수적인 뉴스, 증권, 금융, 교육, 취업, 산업 등 다양한 정보의 사용보다도 전기통신을 이용한 보이지 않는 상대와의 대화속에서 정신적 유희를 찾고자 하는 인간의 기본욕구로 보여진다.

그러나 이와같은 단순 PC통신의 미디어가 아닌 동화상까지를 제공할 수 있는 멀티미디어에서의 인간이 추구하는 새로운 「만족」은 또다른 양상을 보이게 될 것이다.

정보윤리 기준설정과 교육심외

윤리적 규범이란 시대적 배경과 대상에 따라 다르게 마련이므로 정보윤리적 측면에서도 정보의 전달 매체별 윤리기준이 상이하다고 본다.

현재까지의 신문, 방송 등 매스미디어에서 요구되었던 윤리규정과는 다른 차원의 미디어별 윤리기준이 특정적으로 연구, 개발, 설정되어야 한다.

특히 공중통신망을 이용한 정보유통의 발달로

인해서 매스미디어에 버금가는 공중윤리 규범이 전기통신 정보유통분야에도 적용되어야 한다.

따라서 새로운 미디어의 발달로 기존의 윤리개념이 기술적으로 새롭게 정립되어야 할 시점에 있으므로 정보유통 매체별 윤리기준을 연구하여 강령을 제정하고 제도화 시킬 수 있는 전담연구 조직의 신설이 요구된다. (윤리심의위원)

또한 정보제공자에 대한 정보윤리의 교육이 선행되어야 한다.

새로운 매체에 대한 윤리기준과 강령은 새로운 것이기 때문에 어린아이에게 새롭게 심어주는 도덕 개념과도 같이 중요시 취급되어야 하며 정보제공사업희망자에게는 소정의 정보윤리교육을 실시하고 교육이수자 인증제도를 신설하여 교육이수자에 한해 정보를 제작 제공할 수 있도록 하여야 한다.

정보제공사업자에 대한 건전사업촉진

정보제공사업자에 대하여 정보윤리의식을 고취하기 위해서는 윤리규정에 의한 통제나 감독 또는 규제보다도 건전한 수익구조와 정보형태를 갖는 신규정보사업의 발굴과 지원이 선행되어야 한다.

특히, 새로운 정보사업 예를들면 공업화 사회와 정보화 사회를 잇는 교량역할의 「거래처리서비스」 등을 개발허용함으로써 사업자의 시장규모를 확대하고 국가경제의 경쟁력 제고에 기여하여야겠다.

전술한 신규정보사업을 발굴함과 동시에 새로운 정보사업을 추진함에 있어 관련 규정, 약관 등을 제정하고 국민들에 대한 정보사업의 건전성을 계몽할 수 있는 「정보사업개발위원회」를 두어 21세기를 향한 국가 정보사회에 기여하여야겠다.

신규필자모집

1. 원고내용 : 정보통신 관련 제언, 정책동향, 기술동향, 법령해설 등 정보사회 인식제고에 기여할 수 있는 글
2. 분 량 : 30매 내외(200자 원고지)
3. 마 감 : 매달 25일
4. 보내실곳 : 서울특별시 용산구 한강로 3가 65-228
데이콤빌딩 1401호 한국정보통신진흥협회 정보통신진흥부
TEL : (02) 796-6443 FAX : (02) 796-6510
5. 기 타 : · 도착된 원고는 반환치 않으며, 게재된 원고에 한해 원고료를 지급합니다.
· 원고 제출시 증명사진 1매, 약력, 전화번호, 주민등록번호, 현주소, 온라인통장번호 등을 작성해 주십시오.