

《主 題》

하이텔의 현재와 미래

홍 용 표
(하이텔사업국장)

□ 차 례 □

I. 하이텔 소개
II. 하이텔의 파급 효과

III. 하이텔의 향후과제

I. 하이텔 소개

1. 하이텔사업의 개시

비디오텍스서비스가 1979년 영국의 통신사업자인 British Telecom에 의해 Prestel이라는 서비스명으로 처음 개시된 이후 곧이어 프랑스, 이탈리아 등 유럽 각국과 미국, 캐나다 등 북미지역, 일본, 호주 등 아시아/대양주 등을 중심으로 보급되기 시작 하였으며, 한국에서는 1986년 테이콤에서 천리안이라는 이름으로 비디오텍스서비스를 개시하여 증권, 기상, 관광 등 생활정보를 제공하고 있다. 이러한 과정에서 한국통신은 1991년 10월 “한국의 정보사회를 앞당긴다”는 슬로건을 내걸고 여의도와 과천 그리고 광주에 단말기 1만대를 무상으로 보급하고 하이텔 서비스를 시작함으로써 우리나라에 본격적인 비디오텍스서비스가 제공되기에 이르렀다.

하이텔의 탄생에 직접 참여했던 필자는 그때인 1991년 4월에 비디오텍스 명칭을 공모하게 되었는데 총 4,620명이 참여하여 2975개의 명칭중에서 하이텔을 선정하게 되었으며, 이 명칭으로 응모한 오일민씨는 부산대학교에 재학중인 학생이었다.

2. 초기의 하이텔사업의 영향

하이텔(Hitel)은 High Telecommunication, High-Technology로서 정보화사회를 촉진시키고 새로운 정

보문화를 창출하고 정착시키는 역할을 맡고, 사회적 요구에 의해 태어난 만큼 그 사업방향 또한 독특하였다. 하이텔은 그 사업의 틀에 있어서 공공성에 기초를 두었다. 단말기가 없는 이용자에게는 무상으로 단말기를 보급하여 주었고, 자체통신망이 없는 데이터베이스 사업자에게는 무상으로 통신망을 제공하여 주었다. 또한 정보제공자에게는 정보제공 대가를 지불하여 주고, 이용자에게는 무료로 정보를 이용할 수 있게함으로써 정보제공자의 육성과 이용자의 활성화에 주력하여 왔음이 초기의 사업방향으로서 오직 열악하기만 한 한국의 정보통신 환경을 인위적으로라도 활성화시키자는 것이 목적이었으며 사업방향 그 자체였다.

이에 힘을입은 탓인지 하이텔서비스가 개시된지 3개월후인 1992년 1월의 월간평균 이용건수는 130만여 건으로 급속히 상승하였는데, 일본의 비디오텍스 서비스인 캡틴의 경우와 비교하여 1984년 NTT가 자회사로 CAPTAIN서비스 회사를 설립하고 서비스를 개시하고 6년후인 1990년에 가셔야 월간평균통신량(호수)가 140만 건이었음을 건주어 볼때, 가히 하이텔의 상승폭의 정도를 짐작케 한다.

3. 하이텔사업의 구성요소들

한국통신의 하이텔사업을 데이터베이스로만 국한하여 한국PC통신(주)에서 운영중인 것으로 생각하는

이용자들이 의외로 많은 것 같으나, 기실 그 영역은 훨씬 광범위하다. 그러나 이용자들이 이처럼 생각하는 것도 무리는 아니다. 왜냐하면 비디오텍스사업의 영역자체가 이와같은 혼선을 가져오기에 충분하기 때문이다. 가령 미국과 같이 비디오텍스를 DB/DP 영역에 국한시켜 분류하는 예와, 프랑스와 같이 DB/DP는 물론이고 비디오텍스용 전용단말기, 이단말기와 DB/DP를 접속시켜주는 전용통신망까지도 비디오텍스 사업영역으로 취급하는 전략적 추진 예도 있기 때문이다. 하이텔은 사업전략면에서 프랑스의 미니텔 사업을 모델로 하였기 때문에 그 영역 또한 유사하다 하겠다.

DB/DP를 중심으로 하는 비디오텍스서비스는, 민간 사업자 중심으로 정보수요에 의한 서비스를 제공하는, 즉 시장경쟁원리를 따르는 추진방법으로, 다른 종류의 서비스에 얼마든지 유사사례를 찾아볼 수 있다. 이에 비하여 하이텔이나 미니텔과 같은 사업모델은 정부의 통재아래 사업을 실시하는 정보주도형으로, 이는 사업이 공공성이 강하며, 막대한 투자비용이 요구되며, 투자비용에 대한 회수전망이 불투명하거나 회수된다하더라도 그 기간이 길어서 민간자원에 의한 추진시 달걀노른자위 현상이 강하며 정보공유의 평등성이 어긋나는 경우에, 국가의 경쟁력제고와 국내산업의 육성이라는 전략아래 통신망은 국가가 소유하고 DB나 관련서비스는 민간주도로 유도하며, 통신망속에 전용단말기를 포함시켜 국가가 통신망과 단말기의 표준화에 주도적인 역할을 하게 하는 전략이다.

4. 하이텔사업의 추진체

언뜻 생각하기에 하이텔은 한국통신의 독자적인 사업으로 간주하기가 쉬우나 기실 그렇지 않다. 단지 한국통신은 하이텔통신망의 운용자로서 다수로 구성되는 하이텔 사업의 추진부서를 연결하고 조정하고 뒷받침해주는 역할이다. 이런 연유로해서 하이텔은 국민적서비스라 부른다.

하이텔을 구성하는 각종 DB/DP 들은 민간사업자들이 추진하는 부분이다. 수많은 정보 제공자들은 데이터베이스를 개발, 구축하고 하이텔이라는 그릇에 담으며 하이텔 데이터 베이스가 된다. 마치 세계적인 정보망인 인터넷과 비유하여 수만개의 국지네트워크와 수백만개의 데이터베이스를 통틀어 인터넷이라 부르는 것과 의미를 같이할 수 있다.

이 수많은 데이터베이스들은 정보검색류, 트랙잭

션류, 메시지처리류, 텔리소프트웨어류, 데이터처리류, 비디오텍스회의류 등으로 구분지어 서비스되고 있으며, 이중의 하나가 한국PC통신(주)에서 운영중인 HiTEL 서비스이다. 이때 이 HiTEL은 가장 좁은 의미이며, 이 하이텔을 운영하는 한국PC통신(주)는 민간사업자들이 추진키 어려운 공공성 데이터 베이스를 지속적으로 개발 보급하기 위하여 한국통신이 주축이 되어 민간 13개사의 지분 참여하에 1991년 12월 9일 설립한 데이터베이스 전문회사이다.

한국통신은 바이오텍스서비스의 통신망 제공을 주 임무로 하는 통신망사업자이기 때문에 마땅히 추진하여야 할 역할이 있는데 하이텔안내서비스(HiTEL Guidance Service), 하이텔 홍보서비스(Hitel News) 및 정보료회수대행서비스이다. 이 서비스들은 현재 계획중에 있거나 초기 시행단계에 있는 서비스들로써 지난 1992년 7월 1일 하이텔 통신망인 Hinet-P를 개통한 이래 1994년 12월에 전국적으로 통신망구축을 완성한 이후부터 추진되기 시작하였는데, 사실 이와 같은 임무의 추진은 망사업자의 고유의 것이기도 한다.

II. 하이텔의 파급효과

1. 단말기의 보급정책

지난 1991년 10월 여의도, 과천, 광주 등 3개지역에 1만대를, 같은해 12월에는 광역 시급이상 6개도시에 3만5천대를 추가 보급한 이래 4년여가 지난 1995년 7월 현재 전국에 보급되어 운영중에 있는 하이텔단말기 수는 28만대에 이른다. 이 단말기는 소위 기본형으로 ASCII 문자정보와 NAPLPS 비디오 정보를 9인치 16농도 흑백모니터를 통하여 640*480 해상도를 가지고 보여주며 내장된 통신모뎀은 V42bis로 2400bps(압축속도 9600bps)속도를 제공한다. 이용자의 요구에 따라 하이텔단말기의 기능은 많은 발전을 가져왔는데 가령, 정보검색 위주의 초기모형인 Hitel Ia, 오류검색 및 정정이 가능한 기능을 부가하여 Ib 형으로 개량하였고, 전자우편등의 메일통신을 원활하게 할 수 있는 편집기능, 저장기능을 추가개발하여 Hitel IIa형을 발표하였다. 그후 키보드자판의 크기를 노트북PC와 동일하게 확장하여야 한다는 의견을 수용하여 최종적으로 Hitel IIb 형을 개발하여 보급하기에 이른 것이다.

이와같이 단말기 기능을 보강하고, 무료로 보급함에도 불구하고 사실 이에대한 수요는 기대만큼 높지가 않았다. 그간 2~3년간 전국적인 수요를 평균하여

보면 월간 7000대 수준으로 년간 약 8만대 수준을 밑돌고 있으며, 신기종의 보급에 따라 1991년 및 1992년에 보급된 Hitel la 기기종은 반납을 원하는 이용자가 늘어만 가고 있는 실정이다.

이러한 단말기 보급정책을 초기에 과왔던 외국인 진국들은 프랑스를 제외하고는 대부분의 국가에서는 중도에서 보급을 중단해 버렸다. 가령 일본의 NTT는 1984년에 터미형단말기 3종을 무상으로 공급하다가 28만대를 보급후 중단하였고, 영국의 BT는 2만4천대, 캐나다의 BC는 4만대, 독일의 DBP는 10만대를 보급하고서 당초의 보급계획을 변경하여 중단하였다. 이에 비하여 저가의 단말기 보급으로 성공했다는 프랑스의 경우 현재 700만대에 이르는 단말기를 기본형은 무상으로, 다기능형은 유상으로 보급중에 있지만 사실 이용자의 절반 이상이 반납을 희망하고 있다는 조사보고도 있다.

위에서 살펴본 바와 같이 정부의 적극적인 개입으로 비디오텍스단말기를 보급하여 정보통신서비스를 대중화시키겠다는 의지와는 다르게 이용자가 호응하지 않는 공통된 이유는 이용자에게 일반PC와 비교할 때 호감을 주지 못했다는 면과, 반드시 전용단말기가 아니고서는 이용할 수 없는 서비스, 또는 전용단말기가 일반PC에 비해 검색이나 이용에 한층더 편리한 서비스가 없었다는 점이다. 그러나 프랑스는 전자전화번호서비스(EDS)가 미니텔 접속건수의 42%를 차지할 만큼 Teletel중의 중요한 하나의 서비스가 되었고, 프랑스인에게는 전자전화번호서비스가 없어서 생활에 적잖은 불편을 감수해야 했으며, 이 전자전화번호 서비스를 검색하는 도구로써는 미니텔단말기가 가장 적합한 도구이었기 때문에 지금도 보급을 지속시킬 수 있는 이유중의 하나가 아니겠는가 하고 생각한다.

사실 하이텔단말기의 이용율면에서도 흡족한 편은 아니었다. 단말기 보유자의 75%정도가 월간 이용시간이 채 30분도 안된다는 통계결과에서 우리는 이용자가 PC를 선호하거나, 그렇지 않으면 이용자가 오래 시간동안 검색을 해볼만한 데이터베이스가 많지않다는 결론에 이른다. 단순한 검색위주의 기능만으로는 다양한 이용자들의 관심을 끌기에는 시대적으로 맞지 않았으며, 이러한 경향은 데이터베이스의 멀티미디어화, INTERNET의 호황, 이용자인 개성있는 X세대 등을 고려할때 이러한 경향은 더욱더 가속되리라 예견되며, 따라서 단말기의 소용은 도시에서 농촌으로, 다량 이용자군에서 주부나 노인층의 PC에 접근하기 어려운 저이용자층로 한발 한발 밀려나고 있는 것

이 현실이라 하겠다. 이러한에도 불구하고 하이텔단말기가 그간 우리나라의 정보문화 선진화에 가져온 역할을 막대하였음은 재론할 여지가 없다.

2. 데이터베이스 육성정책

비디오텍스의 핵심은 바로 데이터베이스라고 말할 수 있다.

데이터베이스는 문화가 있어야하고 기술이 요구되며, 성성과 시간이 필요하며, 질서가 필수적 요건이라 할 수 있다. 데이터베이스는 이용자의 마음을 읽어야 하며, 시장경쟁 원리를 읽어야 하며, 시간의 흐름의 상단을 읽어야만 한다. 따라서 이러한 기본원리를 따르면 무한가치의 재화가 되나, 그렇지 않으면 한갓 쌓아온 쓰레기더미에 불과하게 되기 마련이다. 따라서 이처럼 많은 조건이 요구되는 상품은 보편성이라는 공통분모를 부하기가 어렵고, 비록 얻는다 하더라도 그것은 곧바로 진부화되어 버리기 때문에 개인의 데이터베이스별로 특화를 내걸며, 다품종 소량 상품화 전략을 주요의 전략으로 채택하는 것이 일반적인 조류이다.

하이텔의 데이터베이스정책 또는 이에 기초했다고 말할 수 있다.

하이텔을 주관하는 한국통신은 민간 데이터베이스 사업자들이 개발한 데이터베이스를 이용자들이 이용할 수 있도록 환경조성 역할을 담당하는 것인데 예를 들면 통신망의 전국적인 구축, 합리적인 통신망 이용요금의 책정, 정보료회수대행 업무의 시행, 신규개발된 정보의 홍보장구 운용 등이다. 이와같은 전략에 힘입어, 하이텔 개시후 4년후인 1995년 7월 현재 하이텔에 속해있는 데이터베이스의 수는 2200개이며, 정보제공자의 수는 880개 회사, 이용자 수는 105만명, 이용량은 검색건수 기준 월간 6600만건, 검색시간 기준 월간 310만 시간으로 그간 괄목할만한 발전을 가져왔다.

그러나 1983년에 서비스를 개시하고나서 4년후인 1987년의 프랑스 미니텔 통계현황과 비교하여 보면 미니텔의 데이터베이스수(7000개), 이용자수(340만명)의 1/3 수준, 월간 이용시간(600만시간)의 1/2 수준으로 아직도 미미한 수준임을 실감하지 않을 수 없다. 이처럼 부진케한 여러가지 이유 사실 프랑스의 미니텔에 비교할때 부진하다고 볼 수 있으나, 다른 일본 등에 비교하면 거의 대등한 수준의 발전을 가져왔는데 중에서도 갈라할 수 없는 정보의 유료화 기만이 취약하여 정보의 수집 가공하는 정보제공자의 개미군단이 형성될 수 없었다는 것이며, 대형 DB사

업자들은 생활정보 위주의 단편적이거나 오락성 있는 정보개발로 이용자들이 쉽게 식상하여 버리고, 이용자들은 자기영역의 구축을 위하여 전자메일이나 채팅, BBS 등의 PC통신쪽으로 이동하게 되었다는 점을 지적하지 않을 수 없다.

우리나라의 취약한 데이터베이스 산업기반에서 민간사업자들이 이 분야에 투자하여 결실을 거두기 위한 주위여건이 어느 것하나 정비되지 못하였다는 것도 간과할 수 없는 이유중의 하나이다. 따라서 괄목할 만한 처방없이 는 깨어날 줄 모른다는 데이터베이스 산업을 위하여 직접적인 지원정책이 필요하게 되었다. 이에 따라 1993년에 한국통신은 하이텔 공공DB 개발계획을 수립하게 되었다. 1994년부터 매년 2000억원씩 4년간에 걸쳐 총 800억원의 자금을 지원하여 총 400개의 공공DB를 개발한다는 내용이었다. 이 계획의 1년차인 지난 1994년에 130억원을 지원하여 72개의 DB를 개발하였으며, 1995년도인 올해 2000억원 소요의 70개 DB개발에 참여할 57개업체를 선정할 바 있다. 그러나 이 공공DB는 한국통신의 자금을 직접적으로 지원 받기 때문에 개발내용이 제한되고, 운용 조건에 많은 제약이 수반되어, 자금수요자들은 이와 같은 공공DB 개발계획과는 다른차원의 개발자금 지원이 필요하게 되었는데 즉 데이터베이스 자금의 장기·저리 융자금의 지원요구이었다.

한국통신은 이러한 요구에 부응하여, 민간사업DB 개발자금 지원계획을 발표하고 1994년부터 1998년까지 4년간 총 1200억원을 융자해 준다는 계획으로서, 지난 1994년에 100개의 DB에 18억원을 지원한 바 있고, 1995년에는 73종의 DB에 230억원을 지원할 계획이다. 이와같은 융자지원금으로는 전문정보가 대거 개발되어 기업이 필요로 하는 정보, 전문가가 필요로 하는 정보들의 이용이 보편화될 것을 기대하여 본다.

3. 이용자가 원하는 것은

서비스의 제공시 단말기, 서비스, 추진제도 등을 살펴보면 이러한 정책이 각각마다 상이함을 알 수 있는데 15년이 지난 오늘날에는 비디오텍스 사업결과가 천차만별이다. 그 좋은 예가 영국의 BT가 기술적인 성취욕때문에 조급하게 prestel의 상용화를 실시하여 관련업계에 혼란을 초래하고 대중적인 보급에 초기부터 난조를 보였던게 사실이다. 이에 비해 프랑스의 경우, 이용자 위주의 전략구사로 단말기의 무료보급과 요금의 저렴화로 대중보급을 최우선 과제로 추진하였으며, Kiosque도입으로 이용 요금의 합리성을 내

세워 이용의 촉진을 꾀하였고, 요금의 회수대행제도를 통하여 이용자와 정보 제공자의 편의를 도모하였기에 성공하였음은 잘 알려진 사실이다. 이용자는 어디에서 정보를 찾으며, 어떤 정보를 원하며, 정보료는 적정하며, 정보의 신뢰도는 높은가를 항상 점검하며, 이 과정에서 이용자와 호흡을 같이 하지 않으면 그들은 떠나게 되고만다. 하이텔사업을 수행함에 있어서 향후에도 계속하여 명심하고 추진하여야 할 이용자에 대한 배려는 그것이 아무리 지나쳐도 지나치지 않을만큼 관심이 빡중되어야 한다.

하이텔사업은 수익성보다는 공공성에 그 비중을 둔 관계로 자칫 이용자에 대한 배려를 간과하기 쉬우나 이것은 용납될 수 없는 과오라 할 수 있다.

이용자들은 비용에 민감하다. 통신요금, 정보요금 등 아무리 양질의 많은 정보를 제공하더라도 비싼 요금앞에서는 심리적으로 위축된다. 이용자들은 기다림을 싫어한다. 기다림이란 일종의 시간적 비용으로 그 지불되는 댓가가 크다고 생각되면 이용 욕구자체를 포기하게 되는데 이러한 현상은 현재의 컴퓨터세대 에 두드러지게 나타난다. 따라서 통신망은 물론이고 데이터베이스도 용량의 부족 또는 그 구성의 비능률로 인하여 이용자들을 무위하게 기다리게 해서는 않된다. 이용자들은 기존습관을 중시한다. 하이텔사업의 종사자들은 전문적 지식에 대한 과신으로 이용자들이 지켜오는 습관을 간과하거나 소홀히 하기 쉬운데, 이러한 습관을 중시하기 위해서는 이용자의 태도조사 및 과학적인 방법의 동원이 요구된다 하겠다.

Ⅲ. 하이텔의 향후과제

1. Infoshop

Infoshop은 하이텔의 정보료 회수대행제도의 상품명이다. PC통신망 01410은 지금까지의 네트워크 구성요소예 통신처리장치라는 지능기능을 부가시켜 1995년 5월 22일을 기하여 15200포트를 설치하였다. 이 통신처리장치는 전화망과 무손실, 무잡음으로 접속하여 최상의 PC통신 품질을 보전하기 위하여 T1/E1 트렁크 접속방식을 사용하였으며, 모듈일체형 구조로 설계되어 있어 지금까지 PC통신의 주 잡음구간을 축소 해소하였으며, 통신속도도 14,400bps의 고속 전국망을 완성하게 되었다. 이 통신처리장치의 전국망 완성으로 정보이용요금 회수대행서비스를 가능하게 하였다.

정보료 회수대행서비스가 하이텔 활성화에 미치는

영향은 지대하리라 쉽게 예상할 수 있다. 그 이유중의 하나는 이용자에게 가장 민감한 비용 즉 탄력성 있는 PC통신 요금제도를 시행할 수 있게 되었다는 점이다. 탄력성 있는 요금제도를 PC통신서비스의 특성을 고려하여 이용자의 편의와 전화방에 미치는 영향 등을 고려하여 기존의 3분3분제의 과금단위를 변형하여 최초/추가3분제를 고려해 볼 수 있는데 이는 최초 3분간의 요금과 이후 추가 3분간의 이용요금을 차등 적용함으로써 다량 정보이용자를 보호하는 방법과, 3분 1분제를 적용하여 최초 3분 사용후에 추가는 1분간 단위로 하여 3분이후에는 짧게 이용하는 경우에 다소 유리하게 과금단위를 적용하는 방식이다. 또한 PC통신시 전화요금과 패킷통신료를 각기 부과된 것을 PC 통신료라 하여 하나의 요금으로 통합하여 부과할 수 있다.

정보료회수대행서비스가 DB활성화에 미치는 영향은 모든 정보의 유료화의 실현이 가능하게 했다는 점을 들 수 있다. 정보사용 = 유료라는 등식은 정보통신 활성화를 위하여 이용자 정보제공자 방사업자에게 공히 필요한 요건으로써 하이텔의 DB 활성화 전략 그 바로 자재라고 말할 수 있다. 정보는 근원적으로 정보제공자에 의해 생산된다. 또한 정보제공자의 제일의 사업목적은 영리추구이며, 이용자에게 정보제공 댓가를 회수하지 못한다면 정보의 질적향상과 양적확대를 충족시키기가 어려워 정보의 부실화는 당연한 귀결이며 이러한 정보를 이용자들은 강제적인 부담을 가지면서 찾을리가 없다. 그러나 정보의 생산이 곧 수익이라는 실현을 사실 쉬운일이 아니었다. 대부분 영세한 사업자인 정보제공자가 이용자에게 정보이용료를 기뻐들이기 위해 원천과금상료의 생산, 요금고지서의 발행, 수납, 재납이용자 관리 등 사실 감당키 어려운 작업으로 인하여 다수의 정보제공자들은 정책제 또는 무료서비스를 하여 왔는데 이의 근원적인 해결을 Hitel의 INFOSHOP서비스가 수행케한 것이다.

지금까지 DB사업자들은 자사의 마케팅 계획수립이나, 시스템설비계획, 영업실적관리등의 목적을 위해 일반적으로 관리하는 계수 중의 하나가 이용자 수이었다.

이 이용자수를 가지고 갖가지 계획을 세운다. 그러나 통신처리장치의 도입을 이러한 계수관리 개념을 근원적으로 뒤엎들어 놓았다. 향후 Hitel에서 DB사업자의 가입자수라는 말은 더이상 유용하지 않으며, 오직 이용자만이 관리될 뿐이다. 이와같이 관리되어야

할 이유는 간단하다. 현재까지는 가입제 통신방식이 통신처리장치의 도입으로 인하여 개방제 통신방식으로 전환되었기 때문이다. 이것은 가입제의 역할 부분을 통신처리장치가 담당하여 이용자의 인적상황, 사용시간, 이용한 정보 등 과금관리, 이용자 관리에 요구되는 모든 사항을 계획된 절차에 의해 관리하기 때문에 데이터 베이스시스템은 이 부분의 의무에 대해서는 벗어나 단지 정보만 제공하는 단순화된 역할로 변화된 것이다. 즉 모든 DB는 규모가 커는 작은 전문 정보이든 생활정보이든 막론하고 하이텔 이용자 100만명이 개개DB의 이용자가 된다할 수 있다. 따라서 Hitel에 접속되어 있는 DB사업자는 누구나 100만 이용자를 관리하는 마음으로 전환되어야 할 것이다. 그러나, Intoshop에 대한 제도나 이용방법은 정착되어 있지 않다. 이후 1995년 8월부터나 공식적으로 도입된 계획으로 추진중에 있으며, 향후 정보이용자와 정보제공자에게 동등의 유용한 도구로 정착하느냐 하는 문제는 하이텔의 숙제인것 만은 틀림없다.

2. Super Hitel

Super Hitel은 하이텔의 미래이름이 될지도 모른다. 필자는 도약된 다음 단계의 하이텔을 단순하게 의미하는 것이며, 그 발전양상이 지금의 하이텔의 예상되는 진화가 아니라, 도약된 변이로 추측되기 때문에 붙여보는 이름이다.

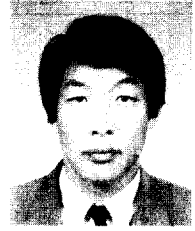
하이텔은 한국적 사고에 의해 제공되는 총체적인 서비스이다. 그러나 인터넷은 이러한 한국적 사고를 거부하며 진일보된 양상으로 우리를 급습해오고 있다. 정보의 대해(大海)라고 일컬어지는 인터넷은 언어, 관습, 인증 등 모든 벽을 한꺼번에 뛰어 넘어 우리의 시장을 급습해 오고 있다. 세계속에서 제일이 아니고서는 이 파고를 넘을 수 없으며, 세계화의 대상이 바로 여기에 있음을 실감해야 할 것이다. 여기에는 두가지면에서 발전해야 할 과제가 있다. 하나는 멀티미디어를 향한 도전이며, 다른 하나는 하이텔통신망이 지금보다 한 단계 도약된 지능기능을 가져야 한다고 본다.

따라서, 한국통신은 1995년도에 중점사업의 하나로 시범용 멀티미디어 데이터베이스를 3종이나 개발중에 있으며 ISO 표준안인 MHEG을 기준으로 하여 설계되어, 텍스트는 IA5방식으로, 그래픽은 NAPLPS 방식으로, 음성은 IMBE 표준을, 음악은 MIDI 표준을, 정영상은 JPEG으로, 동영상은 MPEG 표준을 채택하여 개발중에 있다. 이 시범용 멀티미디어데이터베이스는 내년 하반기에는 선을 보이게 될 것이며 인터넷

에 접속되어 있는 우수한 멀티미디어 데이터베이스와 비교하여도 손색이 없을 것이다.

하이텔통신망은 저속망이다. 다이알-업서비스에 적합한 망이며 텍스트에 그래픽을 가미한 비디오텍스통신에는 손색이 없으나 하이텔의 진화목표가 멀티미디어 실현이라면 통신망 또는 고속화가 긴급히 요구되고 지능화가 필연적일 것이다.

이에 따라 한국통신은 차세대 통신처리장치의 개발에 착수했는데, 고속의 대용량 시스템으로 플랫폼-폼 기능을 구비하여 각종 지능화된 서비스 제공을 목표로 하여 오는 1997년경에 선을 보이게 될 것이다.



홍 응 표

- 1973년 : 한국항공대학 졸업
- 1989년 : 연세대학교 산업대학교 졸업
- 1994년 : 한국항공대학 박사과정 수료
- 1979년 : 기술고등고시
- 1989년 : 기술사(전기통신)
- 1990년 : 정보통신시설국장
- 1995년 : 하이텔사업국장