

## 제3절 개인생활의 정보화

### 1. 떠오르는 「개인」

산업사회의 고도화와 함께 기존의 산업사회를 지탱해온 여러조직의 혁신과 리스트럭처, 리엔지니어링이 과제가 된지 오래다 그 배경에는 여러 가지 요인들이 깔려 있겠으나 인간생활에 필수적인 가치창조의 기능이 공급조직이라는 메카니즘을 떠나 거기에 속하는 개인의 창의력이나 활력에 바탕하는 것이라는 쪽으로 일대전환을 추구하고 있는 것으로 특징지을 수 있다

이에따라 기존 산업사회조직의 재정립과 그 사회적 선도기능에 대한 재조명작업이 뒤를 잇고 있으며, 새로운 가치창조체계의 모색이 사회적 과제가 되고 있다 구체적으로는 기존 산업사회조직전반에 대한 구조조정 움직임으로 가시화되고 있으며, 그 어느때보다도 각 계층의 개인위상의 재조명이 세론조사등 형태로 부각되고 있다

이와같은 움직임은 산업사회의 고도화이건 또한 새로운 사회의 도래이건간에 사회의 기본구성요소로 파악되어왔던 기존조직의 재편현상으로 다가서고 있으며, 기존 사회에서 상대적으로 도외시되어 왔던 개인이 사회의 기본구성요소로 떠오르는 계기를 이루고 있다 그리고 「최대다수의 최대행복」이라는 사회의 기본가치체제도 “예외없는 만인의 행복추구”로 전환되고 있는 양상을 보이고 있다

이러한 변화의 바탕에는 예외없이 「정보화」의 진전이 자리잡고 있다 산업정보화, 공공정보화, 지역정보화, 가정정보화로 추구되어온 정보화는 90년대들어 도래하고 있는 정보통신환경의 급변으로 개인정보화가 사회적 중요과제로 부상되기에 이르고 있다 정보통신환경의 디지털화를 통한 정보의 멀티미디어화, 인터넷의 급격한 확산을 통한 정보의 네트워크화 글로벌화는 바야흐로 개인의 생활을 기존조직의 틀은 물론 국경까지 뛰어넘는 등 개인생활의 장을 근본적으로 바꾸어 전혀 새로운 생활의 장이 현실성있는 가능성으로 부각되고 있다. 정보미디어의 개인화로 촉발되어 생활의 패턴에서부터 사회전반에 걸쳐 광범한 상승작용을 불러일으키고 있는 것으로 보이는 이러한 현상은 개인생활의 정보화심화에 기인한다 할 수 있다

과거 공용개념으로 쓰여온 라디오 TV 전화등 정보미디어가 기기자체의 개인기기화와 함께 쓰임새의 개인화로 개인정보화는 진전되어 왔으며, 90년대들어 활성화된 PC통신, 90년대중반들어 폭발적인 확산을 보이고 있는 인터넷의 등장으로 개인생활의 정보화는 전혀 새로운 양상으로 접어들었다 정보전달체계측면에서 방송과 통신으로 2원화되어 왔던 것이 지금 그 경계가 무너지고 있으며, 그 계기는 PC통신 인터넷이라는 제3의 미디어의 등장이다 수동적인 정보수혜자에 지나지 않았던 개인의 능동적인 정보주체화

라는 상황으로 전환기를 맞고 있는 것이다

## 2. 공용정보기기의 개인화

오늘날의 개인생활의 정보화에 이르기까지, 그 전단계로서 가정정보화의 추이를 살펴보지 않을 수 없다. 개인정보화의 전단계로서 가정정보화의 주축은 뭐니뭐니해도 TV와 전화로 보아야 할 것이다. 그리고 이 2개분야는 기기의 개인화와 쓰임새의 개인화로 개인정보화를 밀받침해 왔다.

1961년의 흑백TV 본격방송에 이어 1980년의 컬러TV 방송개시이후, 1980년 당시 3%에 불과했던 컬러TV의 우리나라 가구당 보급률은 10년만에 100%를 넘어서고 1995년에는 137% (자료 한국전자산업진흥회)에 이르게 되었다. 한편 같은 해 일본의 컬러TV 가구당 보급률은 183%로 나타나 있다. TV의 1가구 1대 즉 가정용전자기기의 개념은 90년대들어 급격하게 소멸되어 설치장소가 가정이라는 것뿐 쓰임새에 있어서는 1인 1대의 개인용 전자기기 개념으로 바뀌고 있는 셈이다. 이와함께 라디오 오디오 등 기기도 이른바 워크맨형의 개인용으로 일반화되고 있어, 가정의 정보기기공유기능은 오늘날 완전히 사라지고 있으며 이에따라 생활의 장으로서의 가정에서의 개인생활패턴도 일변되고 있음은 주지의 사실이다. 이러한 현상은 우리나라만이 아니라 세계적 추이로 나타나고 있다.

〈표 II-3-201〉 주요국의 컬러 TV가구당 보급률 추이 (단위 %)

	1980	1985	1990	1992	1993	1994	1995
한 국	30	69.0	115.5	131.0			137.0
기 타			(미)96.1	(대)94.9	(불)92.0 (독)97.7	(캐)98.2	(일)183.0

출처 전자산업진흥회, 전기저널('96.8)

한편, 가정정보화의 또 하나의 축이었던 전화도 백색전화 청색전화의 시대를 거치면서 1976년 가입자 127만명에 불과하던 것이 10년남짓인 1988년 1천만명을 돌파하고 다시 10년후인 1997년에는 2천만명을 돌파하여 1가구 1전화를 훨씬 넘어서서 1가구 2전화시대에 들어서고 있다. 가정용 고정전화도 바야흐로 집마다 1대가 아니라 방마다 1대의 시대로 그리고 공용기기개념에서 개인용 개념으로 접어들고 있다. 이와같은 현상은 코드리스폰의 일반화에 이어 자녀용 전화회선가입형태로 가시화되고 있다.

그리고 1976년 가입자 284명으로 개시된 이동전화도 90년대들어지면서 카폰에서 핸드폰으로 바뀌면서 본격적보급기에 들어서고 1997년 10월 PCS서비스개시와 함께 개인용휴대전화시대가 정착되고 있다. 한국정보통신진흥협회 「정보통신산업통계집(1998.7)」에 따르면, 1991년 16.6만명이었던 이동전화

가입자수는 1993년 472만명, 1995년 164만명, 1997년에는 578만명으로 매년 거의 배증양상을 보여 왔으며, 1997년 10월에 서비스가 시작된 PCS휴대전화는 그해 연말까지 두달남짓 사이에 113만가입자를 기록하는 등 98년들어 휴대전화대중화시대를 초래하고 있다. 1995년 1월 가입자 100만을 돌파한 이동전화는 3년만인 97년말 691만명 가입자로 늘어났으며, 1998년 6월말 1,000만을 넘어서고 1998년 8월말에는 1,131만에 이르러 8개월사이에 440만명이 늘어나고 있다. 98년 8월말현재 우리나라 전화가입자총수는 3,175만명으로 나타나고 있는데, 이중 이동전화의 비중이 35.6%에 이르고 있으며, 이는 97년말의 25.3%에 비해 8개월만에 10.3%나 늘어났음을 뜻하는 것이다.

〈표 II-3-202〉

우리나라 전화가입자 추이

(단위 천명, %)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998 8
고정전화	15,593(98.3)	16,632(97.2)	17,646(94.8)	18,600(91.9)	19,601(86.2)	20,422(74.7)	20,439(64.4)
이동전화	272(1.7)	472(2.8)	961(5.2)	1,642(8.1)	3,130(13.8)	6,910(25.3)	11,311(35.6)
계	15,865(100)	17,104(100)	18,607(100)	20,241(100)	22,731(100)	27,332(100)	31,750(100)

\* 괄호안은 구성비

\* 출처 한국정보통신진흥협회 「정보통신산업통계집(98.7)」 및 정보통신부자료등으로 작성

이밖에 개인정보단말로서 무선호출도 경쟁도입으로 폭발적인 증가세를 보여 1992년가입자 145만명에 지나지 않던 것이 1994년 636만명, 1995년 963만명, 1996년 1,269만명, 1997년 1,511만명까지 증가를 보여 통신개인화에 일익을 담당했으나, PCS서비스개시후 가입자수는 줄어들어 1998년 8월말 현재는 1,180만명을 나타내고 있다.

이와같은 통신의 개인화현상은 이용측면에서도 통신사업자 매출추이를 통하여 의미있는 추이를 보이고 있다. 정보통신부자료에 따르면, 1995년 유선전화 77.3%, 무선전화 22.7%였던 통신사업자매출구성은 1998년 상반기현재 유선전화 54.5%, 무선전화 45.6%로 근접하고 있으며, 1998년말안에 그 비중이 역전될 것으로 보아지고 있다.

〈표 II-3-203〉

유·무선별 통신서비스 매출액추이

(단위 억원, %)

	1995	1996	1997	1998
유 선	58,050(77.3)	66,652(66.7)	68,907(58.8)	35,300(54.5)
무 선	17,068(22.7)	33,142(33.3)	48,266(41.2)	29,639(45.6)
(이 동 전 화)	8,477(11.3)	21,439(21.5)	32,722(27.9)	22,713(34.9)
(무 선 호 출)	8,581(11.4)	11,665(11.7)	14,691(12.5)	6,685(10.3)
(기 타)	10(0.0)	38(0.0)	853(0.7)	268(0.4)
계	75,118(100)	99,794(100)	117,173(100)	64,939(100)

\* 괄호안은 구성비, 기타에는 시터폰 포함

\* 출처 정보통신부자료 (한국정보통신진흥협회「정보화사회(98.9/10)」)

이상과 같이 가정용 내지 공용기기형태로 발전되어온 기존정보단말로서의 TV와 전화가, TV는 쓰임새의 개인화로, 전화는 그 쓰임새와 함께 기기와 서비스의 개인화로 개인생활이나 가정생활의 패턴까지 변화시키면서 개인생활의 정보화를 촉진하고 있다. 또한 여러 가지 문제를 안고 있기는 하나 CATV서비스의 등장과 지상파 방송의 디지털화계획에 따른 TV다채널시대의 도래는 이와같은 개인생활의 변화에 가일층 박차를 가하게 될 것으로 보인다

### 3. PC, PC통신, 인터넷

80년대중반부터 보급되어온 개인용컴퓨터(PC)는, 한국전자산업진흥회조사 「'98한국의 컴퓨터보급현황('98 4)」에 따르면 1997년말 현재 693만대가 보급 사용되고 있는 것으로 나타나고 있으며, 이 가운데 32.5%인 225.5만대가 개인 및 가정용으로 보급 사용되고 있는 것으로 조사되었다 이에따라 PC의 가구당 보급률은 16%('97전체가구수 1,410만가구)로 나타나고 있다

80년대초의 8비트PC에 이어 80년대중반부터 IBM 호환기종인 16비트XTPC의 보급으로 우리나라 개인용컴퓨터보급은 본격화단계에 들어선다 90년대들어서면서 PC는 AT를 거쳐 486기종으로 보급주종이 바뀌고, 이어 1995년을 고비로 486도 586에 자리를 넘겨 주기에 이른다 '95년의 윈도우95발매와 인터넷의 본격적 보급확대로 486기종의 신규보급은 급격한 감소현상을 보여, '96년을 끝으로 단종을 맞게 된다 '96년과 '97년의 경우 신규보급PC는 586급이상의 멀티미디어PC로 완전히 바뀌게되고 통신기능이 필수규격화 되었다

'90년대 전반까지만해도 PC의 쓰임새는 사무용으로는 워드프로세서, 개인용으로는 게임기 위주로 쓰이던 것이, 1995년의 윈도우 95 인터넷의 폭발적보급으로 사무용기기 오락기기에서 통신기기로 급격한 위상전환을 이루게 되었다 정보와 통신의 본격적 결합이었다

〈표 II-3-301〉

우리나라의 PC보급추이

(단위 천대)

	1994	1995	1996	1997
한 국	4,459	5,349	6,304	6,931
미 국	55,356	68,080	83,188	na
대 만	-	1,584	1,924	na

출처 한국전자산업진흥회 「'98한국의 컴퓨터 보급현황('98 4)」

80년대중반 서비스가 개시된 PC통신은 그동안 정보내용의 부실등과 함께 통신료 부담등이 문제가 되어온바 있으나, 1994년 6월부터 개시된 인터넷사용서비스의 급격한 보급과 맞물려 1998년 8월말 현재 411만명(정보통신부자료, 전자신문 98년 9월 9일)에 이르러, 우리나라 전기구의 29.1%, 전인구의 9

%가 PC통신에 가입 활용하고 있는 셈이 된다 한편 인터넷은 ISP가 19개사에 이르고 있으며, 개인가 입자 245,841명, 기관가입자 8,098개기관으로 알려지고 있다

〈표 II-3-302〉

우리나라 신규보급 PC기종 추이

(단위 천대, %)

	1994	1995	1996	1997
80486이하	1,340 (89.8)	783 (47.3)	34 (1.8)	—
80586이하	152 (10.2)	864 (52.2)	1,671 (89.5)	1,642 (85.5)
80686이상	—	7 (0.4)	161 (8.6)	277 (14.4)
계	1,492 (100)	1,654 (100)	1,866 (100)	1,920 (100)

\* 괄호안은 구성비

\* 출처 한국전자산업진흥회 「'98한국의 컴퓨터 보급현황(98.4)」

통계청의 '97년 상반기 사회통계조사보고서에 따르면, 우리나라 6세이상 인구중 PC사용자 비율은 17.7% (남 22.1, 여 13.5)로 조사되고 있으며, 이들의 PC사용용도 (중복응답)는 ①오락게임 65.0%, ②문서작성 56.6%, ③교육학습 34.3%, ④PC통신 17.9%, ⑤자료관리 개인정보관리 각 16.1%, ⑥TV, 음악, 영화감상 7.6%, ⑦그래픽작성 5.5%, ⑧계산표작성 5.2%, ⑨인터넷 5.1%, ⑩기타 0.6%로 나타나 오락게임이나 문서작성, 교육학습등, 용도가 주류를 이루고 있으며 PC통신 인터넷은 23%에 불과함을 나타내고 있다 그럼에도 불구하고 개인생활의 정보화도구로서 PC의 쓰임새는 전자상거래, 전자행정, 원격의료 복지, 원격교육등의 사회적추구와 더불어 네트워크의 정비와 함께 정보통신용도로의 확산이 계속 이어져 나갈 수밖에 없을 것으로 보인다

일본 인터넷협회의 「인터넷백서'98」에 따르면, 1998년 2월현재 세계의 인터넷이용자수는 지구인구의 2.4%인 1억1,275만명으로 되어있으며, 우리나라는 70만명, 호스트수는 121,932대로 되어있다 한편 우리나라의 인터넷 보급률은 인구 10만명당 호스트 550대로서 세계27위 (싱가폴13위, 홍콩21위, 일본 22위, 대만24위)로 되어 있다

## 4. 앞으로

오늘날 인터넷은, 미국이 NII를 인터넷으로 정의 (미 상무부 전자상거래 보고서「떠오르는 디지털경제 (98.4)」하는 등 올해들어 그 위상을 새로이 하고 있다 디지털기술을 통한 모든 정보의 멀티미디어화 가능성이 가시화되면서, 인터넷 그와같은 정보를 세계규모로 서로 주고받을 수 있는 가장 효율적인 도구로 부각되고 있다 이는 지금까지 우리가 누려온 방송 전화의 2원적 정보교류수단을 근본적으로 무의미하게 만드는 제3의 미디어의 등장을 말한다

불과 4년전까지만해도 「인터넷」이란 말을 듣도 보도 못했던 우리는 개인생활의 정보화도구로서 인터넷과 직면하고 있다. 기존 정보통신수단의 개인화추이를 통하여 사회적전환기를 맞고 있는 우리는 이제 3의 미디어에 어떻게 대응해야 할 것인지, 그리고 이에따른 새로운 생활환경정비측면에서 기존 법제도 관습에 이르기까지 재정립해야하는 과제가 구체적으로 거론되기 시작한 것이 '98년의 특징으로 생각되는 것이다. 그런의미에서 개인생활의 정보화는 단체사용단계에서 개인의 책임과 의무가 강조되는 네트워크 시대대응이라는 제2단계로 접어들고 있다고 보아 마땅할 것으로 보인다.