

## 제3절 개인생활의 정보화

### 1. 개인위상의 변화

20세기 막바지인 1999년의 특징적인 것 중의 하나가 인터넷의 폭발적 확산에 따른 개인정보화의 가일층 심화라 할 수 있을 것이다. 20세기 후반 들어 고도화의 길을 걸어온 산업사회는 대량생산 대량소비를 위한 산업사회의 기반조직들의 혁신과 리스트럭처, 리엔지니어링이 과제가 되어왔다. 1960년대 이후 이른바 압축성장을 통하여 20세기 산업사회의 일원으로 본격 참여하게 된 우리의 경우도 예외는 아니다.

특히 우리의 경우는 97년말 99년 전반의 IMF파동기를 겪으면서 이와 같은 움직임은 더욱 치열한 양상을 보여온 바 있으며 산업효율화의 표본이던 이른바 재벌조직까지 와해 재편되는 양태 등으로 진행되고 있다. 그 배경에는 여러가지 요인이 있겠으나 우선은 인간 활동의 목표 내지 가치개념이 달라지고 있음을 볼 수 있다.

산업사회의 목표와 가치를 이루었던 제품 내지 상품의 개념에 지시과 서비스라는 무형의가치가 추가되고 있으며 이는 공급과 소비의 상호교감에서 생성되는 것으로서, 바야흐로 가치의 창출은 기계의 손에서 사람의 손으로 넘어가고 있는 것이다.

이와 같은 추이에 따라 산업사회적 조직의 재정립과 그 사회적 선도기능에 대한 재조명 작업이 뒤를 잇고 있으며 새로운 가치창조체계의 구축이 사회적 과제가 되고 있는 것이다. 구체적으로는 기존 산업사회의 제도 및 조직 전반에 대한 규제완화 구조조정으로 가시화되고 있으며 기존 사회 메카니즘에 대신하는 새로운 질서의 추구로 이어지고 있다. 그리고 조직에 대칭되는 개인의 창의적 활동에 기대가 걸어지는 방향이 추구되고 있다. 농업사회의 농노, 공업사회의 공돌 공순으로 치부되었던 개인위상의 코페르닉스적 전환이다.

이와 같은 추이는 지금이 산업사회의 고도화 시기이건 또는 21세기 새로운 사회로의 도약기이건 간에, 사회의 기본 구성요소로 파악되어 왔던 조직의 붕괴와 재편현상으로 다가서고 있으며, 지금까지 상대적으로 도외시 되어왔던 개인이 사회의 기본 구성요소로 부각되는 계기를 이루고 있다. 이러한 변화의 바탕에는 예외없이 「정보화」의 진전이 자리잡고 있다. 산업정보화, 공공정보화, 지역정보화, 가정정보화로 추구되어온 정보화는 90년대 들어 특히 후반들어 본격화되고 있는 정보통신 환경의 급변으로 개인정보화가 사회적·문화적 중요과제로 부상되기에 이르고 있는 것이다.

정보통신환경의 디지털화를 통한 정보내용과 수단의 멀티미디어화, 인터넷의 급격한 확산을 통한 정보의 네트워크화와 글로벌화는 바야흐로 개인의 생활을 기존 조직의 틀은 물론 국경까지 뛰어넘는 새로운

생활의 장으로 끌어내고 있다

## 2. 공용 정보기기의 개인화

가정과 개인을 대상으로 하는 정보기기가 한다면 뭐니뭐니해도 라디오 TV 전화를 들 수 있다 과거 공용개념으로 쓰여온 라디오 TV 전화 등 정보 미디어가 기기 자체의 인기기화와 함께 쓰임새의 개인화로 개인정보화는 진전되어 왔으며, 90년대 들어 활성화된 PC통신, 90년대 중반 들어 폭발적인 확산을 보이고 있는 인터넷의 등장으로 개인생활의 정보화는 전혀 새로운 양상으로 접어들고 있다 정보전달 체계 측면에서 방송과 통신으로 2원화되어 왔던 것이 지금 그 경계가 무너지고 있으며, 그 체계는 PC통신 인터넷이라는 제3의 미디어 등장이다. 수동적인 정보수혜자에 지나지 않았던 개인이 능동적인 정보주체화라는 상황으로 전환기를 맞고 있는 것이다

오늘날의 개인생활의 정보화는, 그 전단계로서 가정정보화의 그동안의 추이를 살펴봄으로써 그 참모습에 더욱 접근할 수 있다 개인정보화의 전단계로서 가정정보화의 주축은 라디오 TV와 전화로 보아야 할 것이다 그리고 이 2개 분야는 기기의 개인화와 쓰임새의 개인화로 개인정보화를 밀받침해왔다

1961년의 흑백TV본격방송에 이어 1980년의 컬러TV방송개시이후 1980년 당시 100가구당 3대에 불과했던 컬러TV의 우리나라 가구당 보급률은 10년만에 100%를 넘어서고 1995년에는 가구당 1.37대(자료 한국전자산업진흥회)에 이르러 오늘에 이르고 있다 한편 같은 해 일본의 컬러TV 가구당 보급률은 1.83대로 나타나 있다 TV의 1가구 1대 즉 가정용전자기기의 개념은 90년대 들어 급격하게 소멸되어 설치장소가 가정이라는 것뿐 쓰임새에 있어서는 1인 1대의 개인용 전자기기 개념으로 바뀌고 있는 셈이다

이와 함께 라디오 오디오 등 기기도 이른바 워크맨형의 개인용으로 일반화되고 있어, 가정의 정보기기 공유현상은 오늘날 완전히 사라지고 있으며 이에따라 생활의 장으로서의 가정에서의 개인생활패턴도 크게 바뀌고 있음은 주지의 사실이다 이러한 현상은 우리나라만이 아니라 세계적 추이로 나타나고 있다

한편,가정정보화의 또 하나의 축이었던 전화도 백색전화·청색전화의 시대를 거치면서 1976년 가입자 127만 명에 불과하던 것이 10년 남짓인 1988년 1천만 명을 돌파하고 다시 10년후인 1997년에는 2천만 명을 돌파하여 1가구 1전화를 훨씬 넘어서서 1가구 2전화시대에 들어서 있다 가정용 고정전화도 바야흐로 집마다 1대가 아니라 방마다 1대의 시대로, 그리고 공용기기개념에서 개인용 개념으로 바뀌고 있다 이와 같은 현상은 코드레스폰의 일반화에 이어 자녀용 전화회선가입형태로 가시화되고 있다

그리고 1976년 가입자 284명으로 개시된 이동전화도 90년대 들어서면서 카폰에서 핸드폰으로 바뀌면서 본격적 보급기에 들어서고 1997년 10월 PCS서비스개시와 함께 개인용 휴대전화시대가 도래·정착되고 있다 한국정보통신진흥협회 「정보통신산업통계집(1998 7)」에 따르면, 1991년 16.6만명이었던 이

동전화가입자 수는 1993년 472만명, 1995년 164만명, 1997년에는 691만명으로 매년 거의 배증양상을 보여왔으며, 1997년 10월에 서비스가 시작된 PCS 휴대전화는 그해 연말까지 두달남짓 사이에 113만 가입자를 기록하는 등 98년 들끓 대전화 대중화시대를 초래하였다

1995년 1월 가입자 100만을 돌파한 이동전화는 3년만인 97년말 691만 가입자로 늘어났으며, 1998년 6월말 1,000만명을 넘어서고 1998년 12월말에는 1,407만에 이르러 6개월 사이에 4백만 명이 늘어나고 있다 99년 6월말 현재 우리나라 전화가입자총수는 3,881만명으로 나타나고 있는데, 이중 이동전화의 비중이 45.9%에 이르고 있으며, 이는 98년말의 40.4%에 비해 6개월 만에 5.5%나 늘어났음을 뜻하는 것이다 뿐만 아니라 99년 9월에는 이동전화 가입자가 2천만명을 돌파하여 유선고정전화 가입자 수를 훌쩍 넘어서게 되었으며 바야흐로 전화의 개념은 개인휴대시대로 들어서고 있다

〈표 II-3-201〉

우리나라 전화가입자 추이

(단위 천명, %)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999 6
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)	20,738(59.6)	20,970(54.0)
이동전화	272(1.7)	472(2.8)	961(5.2)	1,641(8.1)	3,130(13.8)	6,910(25.3)	14,069(40.4)	17,842(45.9)
계	15,865(100)	17,104(100)	18,607(100)	20,241(100)	22,731(100)	27,332(100)	34,807(100)	38,812(100)

※ 괄호안은 구성비

※ 자료 한구정보통신진흥협회, 「정보통신산업통계집(98.7)」, 「정보통신주요품목동향조사(99.6)」 및 정보통신부자료 등으로 작성

이밖에 개인정보단말로서 무선호출도 경쟁도입으로 폭발적인 증가세를 보여 1992년 가입자 145만 명에 지나지 않았던 것이 1994년 636만명, 1995년 963만명, 1996년 1,269만명, 1997년 1,511만명까지 증가를 보여 통신개인화에 일익을 담당했으나, PCS 서비스 개시후 가입자 수는 줄어들어 1998년 12월말 926만명 그리고 1999년 6월말 현재 635만명으로 나타나고 있다

이와 같은 통신의 개인화현상은 이용측면에서도 통신사업자 매출추이를 통하여 의미있는 추이를 보이고 있다 정보통신부자료에 따르면, 1995년 유선통신 77.3%, 무선통신 22.7%였던 통신사업자 매출구성은 1998년 말 현재 유선전화 53.5%, 무선전화 46.5%로 근접하고 있으며, 1999년 6월말에는 그 비중이 급기야 역전되고 있다

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

<표 II-3-202>

유·무선별 통신서비스 매출액 추이

(단위 억원, %)

	1995	1996	1997	1998	1999 6
유 선	58,050 (77.3)	66,652 (66.7)	68,907 (58.8)	70,231 (53.3)	36,239 (44.0)
무 선	17,068 (22.7)	33,142 (33.3)	48,266 (41.2)	61,062 (46.5)	46,053 (56.0)
(이동전화)	8,477 (11.3)	21,439 (21.5)	32,722 (27.9)	48,391 (36.8)	41,567 (50.5)
(무선호출)	8,281 (11.4)	11,665 (11.7)	14,691 (12.5)	11,706 (8.9)	4,006 (4.9)
(기 타)	10 (0.0)	38 (0.0)	853 (0.7)	965 (0.7)	480 (0.6)
계	75,118 (100)	99,794 (100)	117,173 (100)	131,293 (100)	82,292 (100)

※ 괄호안은 구성비, 기타에는 시티폰 포함

※ 자료 정보통신부자료 (한국정보통신진흥협회) 「정보화사회(98 9 10)」 및 「정보통신주요품목동향조사(99 6)」

### 3. PC, PC통신, 인터넷

80년대 중반부터 보급되어온 개인용 컴퓨터(PC)는, 한국전자산업진흥회조사 「'98한국의 컴퓨터 보급 현황('99 4)」에 따르면 1998년말 현재 729만대가 보급 사용되고 있는 것으로 나타나고 있으며, 이 가운데 33%인 242.8만대가 개인 및 가정용으로 보급 사용되고 있는 것으로 조사되었다 이에 따라 PC의 가구당 보급률은 17%로 나타나고 있다 80년대 초의 8비트PC에 이어 80년대 중반부터 IBM호환 기종인 16비트XTPC의 보급으로 우리나라의 개인용컴퓨터의 보급은 본격화단계에 들어선 후, 90년대 들어서면서 PC는 AT를 거쳐 486기종으로 보급주종이 바뀌었고, 이어 1996년을 고비로 486도 586에 자리를 넘겨주기에 이른다

'95년의 윈도우95발매와 인터넷의 본격적 보급확대로 486기종의 신규 보급은 급격한 감소현상을 보며, '96년을 끝으로 단종을 맞게 된다 '96년과 '97년의 경우 신규보급 PC는 586급 이상의 멀티미디어 PC로 완전히 바뀌게 되고 통신기능이필수규격화 되었다

'90년대 전반까지만 해도 PC의 쓰임새는 사무용은 워드프로세서, 개인용으로는 게임기 위주로 쓰이던 사이, 1995년의 윈도우96 인터넷의 폭발적 보급으로 사무용 기기 오락 기기에서 통신기기로 급격한 위상전환을 이루게 되었다 정보와 통신의 본격적 결합이었다 그러나 98년의 경우 전년 연말부터 불어닥친 IMF의 영향으로 PC의 보급은 97년의 연간 192만대에서 130만대로 32.1%가 급락한 것으로 드러나고 있으며, 특히 586급 데스크톱은 전년비 44.1%, 휴대형은 34.6%가 줄어든 것으로 나타나고 있다

'99년 들어서는 정보통신부를 중심으로 한 인터넷PC보급계획 추진과 저자 네트워크PC의 세계적 출현으로 우리나라에도 네트워크PC의 붐이 일기 시작했으며, 네트워크=컴퓨터의 시대를 예고하고 있다

컴퓨터 네트워크의 원형으로서 80년대 중반에 서비스가 개시된 PC통신은 '98년말 현재 498만명이 가

입 (한국정보통신진흥협회 「정보통신주요품목동향조사(99. 8)」) 한 것으로 나타나고 있으며, 이 자료에 따르면 PC통신을 포함 온라인 정보제공 가입자수는 '98년말 현재 851만명(PC통신 498만, 단독제공 ISP 299만, 인터넷 50만)에 이르고 있는 것으로 집계되고 있다. 이와 같은 추이는 '99년 들어 떠오르고 있는 인터넷을 통한 서비스(증권, 상거래, 금융, 전자우편)의 활성화로 매월 20만명 이상의 이용자 증가현상을 빚어, '99년 6월말 현재 온라인 정보제공가입자수는 드디어 1천만명을 돌파하여 1천7만7천3백47명에 이르고 있다.

〈표 II-3-301〉 온라인 정보제공서비스 가입자수 추이 (단위 명)

구 분	'98	'99 4	'99 5	'99 6	'99 6현재
종합제공(PC통신)	4,982,898	179,978	184,391	148,211	6,126,739
단독제공(ISP)	2,998,284	7,215	20,100	609	3,293,424
인터넷 접속	507,865	32,963	25,154	5,608	633,563
기 타	23,605	-	-	-	23,305
계	8,512,652	221,402	229,645	154,428	10,077,347

※ 자료 한국정보통신진흥협회 「정보통신 주요품목 동향조사(99 6)」

한편 이와같은 온라인정보제공서비스 가입자와 함께 우리나라의 인터넷 이용인구는 568 8만명(미 Almanac사)으로서 전세계 이용자 2억5천9백만명의 2.2%, 미국(110백만), 일본(18백만), 영국(13 9백만), 캐나다(13 2백만), 독일(12 3백만), 호주(6 8백만), 브라질(6 7백만), 중국(6 3백만), 프랑스(5.7백만)에 이어 10위국인 것으로 나타나고 있다

## 4. 앞으로

오늘날 인터넷은, 미국이 NII를 인터넷으로 정의(미 상무부 전자상거래 보고서 「떠오르는 디지털경제(98 4)」)하는 등 근년 들어 그 위상을 더욱 새로이 하고 있다. 디지털 기술을 통한 모든 정보의 멀티미디어화 가능성이 가시화되면서, 인터넷은 그와 같은 정보를 세계규모로 서로 주고받을 수 있는 가장 효율적인 도구로 부각되고 있다. 이는 지금까지우리가 누려온 방송 전화의 2원적 정보교류수단을 근본적으로 무의미하게 만드는 제3의 미디어의 일반화를 말한다.

불과 5년전까지만해도 「인터넷」이란 말을 듣도 보도 못했던 우리는 개인생활의정보화 도구로서 인터넷과 불가불 직면하고 있다. 기존 정보통신수단의 개인화 추이를 통하여 사회적 전환기를 맞고 있는 우리는 동시에 이 제3의 미디어 환경에 어떻게 대응해야 할 것인지, 그리고 이에 따른 새로운 생활환경정비

측면에서 기존 법제도 관습에 이르기까지 재정립해야 하는 과제가 구체적으로 드러나기 시작한 것이 '99년의 특징으로 생각되는 것이다. 그런 의미에서 개인생활의 정보화는 그 활용에 있어서의 정보우리를 둘러싼 개인의 책임과 의무와 함께 네트워크사회에서의 소비자 보호문제 등이 구체적으로 추구되는 제2단계의 네트워크시대로 접어들고 있다고 보아 마땅할 것으로 보인다