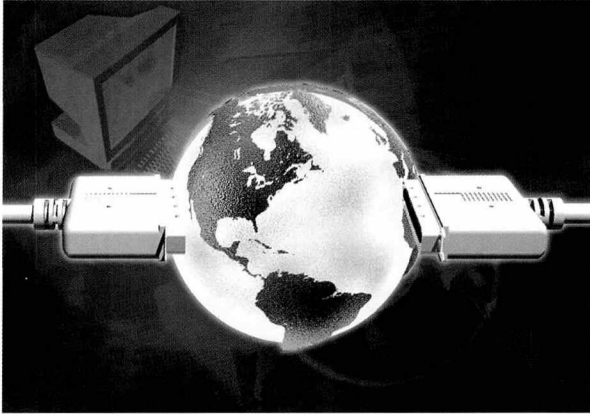


21세기 디지털시대의 특징과 미래

한국기업경영연구원장 · 경영학박사/노순규



희망과 불안이 교차하는 가운데 새 천년이 시작되지 벌써 2년이 되었다. 짧은 기간이지만 우리는 엄청난 변화를 겪었으며 앞으로도 그와 같은 변화는 계속될 것으로 보인다. 지금 우리에게 주어진 가장 시급한 과제는 무엇보다도 밀레니엄 시대를 주도할 수 있는 패러다임을 탐색하는 것이다.

인류 역사를 되돌아보면 1만년전에 커다란 패러다임의 전환이 있었다. 유목사회에서 ‘정착

농경사회’로의 전환이 그것이다. 그 뒤 또 한번의 전환이 있었는데 그것은 영국의 ‘산업혁명’이며 지금은 또 다른 패러다임 즉, 디지털혁명의 전환기에 서 있다. 과거의 패러다임이 절대시간과 절대공간의 논리로 사물을 판단했다면 이제는 모든 것이 상대적으로 변화될 것이다. 정부 및 공기업도 그렇지만 특히 사기업 즉, 회사는 하나의 기준이 아니라 여러가지 기준으로 평가될 것이다.

21세기 패러다임에서 가장 중요한 것은 바로 ‘관계’라고 할 수 있다.

다양한 개체들이 공존하는 가운데 그것을 적절히 조합할 수 있는 네트워크의 문제로 귀착된다. 21세기 사회의 본질은 새로운 패러다임의 키워드인 ‘인터넷’이라는 가상공간에서 찾을 수 있다. 모든 것이 불안하고 혼란스러운 21세기는 일찍이 인류가 경험하지 못했던 전혀 새로운 세계이다. 그와같은 세계의 중심에는 고도로 집적화된 컴퓨터와 인터넷이 있다.

인터넷은 인간의 삶을 근본적으로 바꾸고 그 완성된 최초의 형태가 금세기에 나타날 것이다. 어떤 생명체든 생존하기 위해서는 환경에 순응해야 한다. 21세기는 이미 거대기업의 분화현상이 진행되고 있는데 가령 커다란 조직은 작은 조직으로 세분되거나 아니면 다른 조직으로 변신을 해 나가고 있는 것이다. 특히 20세기의 피라미드형 방식이 아니라 자유로운 의사결정이 이루어질 수 있는 수평적 분화조직이 될 것이다. 그 이유는 21세기의 업무환경이 전혀 다른 성질의 것으로 변화하고 있기 때문이다. 지금은 인터넷이 가장 유망한 사업군인 동시에 가장 큰 수익을 올릴 수 있는 황금어장이기도 하다. 또한 시간이 거듭될수록 인터넷은 모든 사회의 기간산업으로 재편될 조짐을 보이고 있다. 여기서 ‘기간산업’이란 모든 다른 산업의 발전을 촉진시키는 것을 의미한다. 지난 20세기까지는 도로, 전기, 통신, 철도, 항만 등에 국한하여 기간산

업이라는 용어를 사용했지만 이제는 다른 의미로 정착될 것이다. 왜냐하면 인터넷이 다른 모든 기간산업위에 균림할 것으로 보여지기 때문이다. 인터넷없이는 아무 것도 할 수 없는 사회가 바로 21세기이다. 따라서 인터넷이 세계를 바꾸게 될 기간산업임은 주지의 사실이다. 개인 또한 새로운 환경을 맞아 적자생존의 새로운 패러다임에 맞추어 변신하지 않으면 결코 살아남지 못하기 때문에 인터넷 강자가 되어야 할 것이다.

영국 이코노미스트의 수석 편집위원인 케언크로스는 요즘 초미의 관심사가 되고 있는 정보통신혁명이 미래를 어떻게 변화시킬 것인가에 대한 내용을 ‘거리의 소멸(the death distance)과 디지털혁명’이라는 자신의 저서에서 설명하고 있다. 빛의 속도로 전세계가 연결되는 디지털시대를 맞아 세계경제의 3대축에 인접한 나라들이 가졌던 거리상의 메리트(merit)는 대폭 줄어들고 급기야 소멸하는 단계에 도달한 것이다. 이와같은 상황이 세계경제와 국제관계에 어떤 파급효과를 미칠 것인지를 예측해야 그 변화상을 제대로 파악할 수 있을 것이다. 그렇다면 디지털혁명은 우리와 다음 세대의 삶을 구체적으로 어떻게 변화시킬 것인가? 우선 세계는 성장의 기본이 되는 지식과 정보의 광범위한 확산으로 인해 큰 이익을 얻을 것이다. 기업은 기능과 생산성을 고려하여 최적의 거래를 할 수 있는 곳이라면 어디든지 자리잡게 될 것이고 그로 인해 많은 기업들이 자유롭게 이동하게 될 것이다. 재택근무자가 늘어남에 따라 사무실은 축하연 및 네트워킹, 담소 등을 위한 사회적 공간으로 변모하고 도시는 고용의 중심지에서 오락과 문화의 중심지로 탈바꿈하게 된다. 또 국가와 국가 사이의 장벽 혹은 경계가 무너질 것이며 다른 지역에 살더라도 직업이 같거나 동일한 언어를 사용하는 사람들 사이에 수평적 유대가 강화되는 반면, 정부와 국민, 고용주와 피고용자같은 수직적 연대는 약화될 것이다. 모든 것은 자유로운 통신에 의해 크게 변화되며 이는 정부와 시민사회간의 힘의 균형마저 변화시킬 것이다. 사람들이 정보를 더욱 쉽게 얻을 수 있게 됨에 따라 정부의 지도자 및 대표자에게 자신의 견해를 보다 자유롭게 용이하게 피력하게 될 것이다.

21세기는 정보가 경제사회의 중요한 부분을 차지하게 될 것이다. 즉, ‘모든 자원의 중심에 정보가 있다’는 의미이다. 과거 산업사회처럼 정보가 한 나라에서만 국한되던 시대를 벗어나 점차 글로벌(global)화되어 가는 구조로 정보체계가 변화되는 점이 환경변화의 가장 큰 핵심사항이다.

이제 정보는 한 나라에만 머물지 않고 자유롭게 세계를 돌아다니게 될 것이다. 일단 좋은 투자기회가 발생하면 자본은 국경을 넘어가고 또한 사람과 기업도 이동할 수 밖에 없다. 투자에 따른 이윤배당은 자연스럽게 국경을 초월하여 보이지 않는 배분환경을 조성하게 되며 이익은 사이버공간과 현실공간을 넘나들게 된다. 이것은 디지털이라는 가상의 네트워크를 통해 자본, 사람, 기업이 탄력적으로 움직이게 되는 사실을 명확히 입증하는 셈이다. 우리의 작업환경을 생각해 보면 이미 기업내부의 커뮤니케이션은 대부분 전자우편을 통해 이루어지고 있다. 디지털 수단에 의해 단순하고 비효율적인 업무는 쉽게 처리되고 고객의 불만 사항 역시 신속하게 처리되고 있는 현실이다. 그런데 조직만 바뀌어서는 정보화사회에서 기업은 물론 개인도 살아남기 어렵다. 지금은 전통산업에서 첨단산업으로 빠르게 진화해 나가는 사실을 알지만 쉽게 그에 대응한 대응방안이 떠오르지 않는다.

21세기는 지식이 부를 지배하는 지식혁명시대, 개인 및 기업 그리고 국가의 생존법칙으로 자리잡고 있는 시대임을 감지할 수 있다. 최근 몇년동안 생활전반에 걸쳐 수많은 변화를 느껴왔다. 통신산업의 발전을 토대로 진행되어 온 정보화사회의 출현이 그 대표적인 예이다.

정보화사회에서는 가늠하기 힘들 정도로 세상은 빠르게 변화해 가고 있다. 언제부터인가 우리의 삶은 '빠르게' 라는 단어에 목말라 하고 답답해하는 중독증세에서 벗어날 수 없었다. 지금 이 순간에도 좀더 빠르고 좀더 안정적인 통신기기를 개발하기 위하여 밤잠을 잊은 채 자신과 싸우는 사람이 있다. 기존의 통신 환경에 만족하지 못하는 수많은 사람들의 속도에 대한 욕구는 갈수록 더해가고 첨단장비의 필요성과 시장 형성이 맞물릴 전망이다.

정보기술의 발달은 이와같은 시대적 요청에 의해 시작되었고 또한 벤처기업이 국가경제의 대안으로 떠오르게 된 중요한 이유이다. 팩스와 전화가 사무환경의 주류를 이루던 시절이 불과 몇년전의 모습이었지만 이제는 보조적 역할로 전락하고 말았다. 그 대신 인터넷은 광범위하고 신속한 정보획득을 가능케 해준 새로운 매체로 떠오르고 있다. 반면에 정보의 혼돈속에 살고 있는 것도 하나의 특징이다.

정보의 격차로 인한 개인적 고립 및 정보의 통제 등 여러 가지 문제를 동시에 안고 있어 그와같은 문제점들을 지속적으로 해결해 나가야 할 것이다.

통신환경의 변화에 의해 인간성 파괴라는 극단적 현상을 목격하면서 그 대안으로서 인간의 가치와 삶의 편리성이 한데 어우러져 궁극적으로 우리가 추구하는 풍요로운 삶을 영위할 수 있는 환경을 만들어 가야 할 것이다.

21세기 사람들의 삶의 방식은 자신의 개혁이 필요하며 그것은 새 밀레니엄의 화두이기도 하다. 이제 20세기의 자신을 바꾸지 않으면 21세기에서 살아갈 수 없다. 관리력에 따라서 자신은 미래의 '적' 인 동시에 '아군' 이기도 하다. 특히 자기의 보수성 및 구태의연함 등을 탈피하지 않으면 새로운 패러다임에 적용할 수 없게 된다.

디지털시대는 단순한 정보통신수단의 변화보다도 훨씬 심오한 변화를 갖고 있다. 인터넷 사용자들은 일하는 방식만이 아니라 사고패턴과 행동까지도 변화시킬 수 있는 잠재력을 가지고 있다. 20세기에는 소수의 엘리트가 대다수의 블루칼라를 움직여 대량생산을 하는 공업사회이었다. 당시 자본가와 노동자와의 갈등으로 인해 노사분규가 발생되었고 그 결과 노동자도 부의 분배에 참여하게 되었다. 그러나 21세기 주인 없는 디지털시대에는 그와같은 모형이 더 이상 존재하지 않는다. 피라미드 조직은 사라지고 대다수의 화이트칼라가 지적 부가가치로 승부하는 시대가 도래할 것이기 때문이다.

21세기는 지적 부가가치를 생산할 수 있는 인재를 원한다. 또한 디지털시대에는 창조성이 만들어내는 지적 부가가치에 따라 대가로 지불되는 시스템이 운영된다. 따라서 기업인 경우에는 지적자산을 가진 인재를 얼마만큼 확보하느냐에 따라 성패가 좌우된다고 할 수 있다. 개인의 경우에도 지금 변하지 않으면 다음 세대의 미래는 종언을 고하게 될 것이다.

21세기 디지털시대의 주인은 바로 정보를 가진 '자신' 임을 잊어서는 안될 것이다.