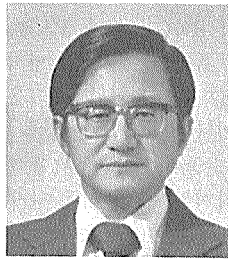


● 振興컬럼

情報文化 擴散에의 길

— 電話機 Post 1,000萬臺
時代의 戰略 —



金 貞 欽
高麗大 教授/理博

1家口 1電話機 時代의 開幕과 더불어 情報文化 時代가 달려오고 있다.

電話機 保有臺數가 드디어 1,000萬臺를 돌파했다. 작년 9月末 현재로 우리나라 電話機 保有臺數는 1,000萬臺를 넘어 1,005萬臺가 되었고, 금년초 현재로는 1,050萬臺를 넘고 있다. 우리나라 家口數 약 1,000萬 家口로 나누면 1家口 1臺의 電話機 保有時代가 드디어 온 것이다.

또 人口 4,200萬名으로 나누면 人口當 電話機 保有比率는 25%, 이것이 1995年 前後에는 50%線을 넘게 되리라 한다. 그 50%는 현재 先進國 隊列 進入에의 最少條件의 하나가 되어 있다. 쉽게 말해 電話機 保有臺數의 對人口比가 50%線을 넘을 때 그 나라는 先進國 隊列에 進入하게 된다.

사실 10年 前만해도 電話를 설치하려면 第1 順位에서 第6 順位까지 順位가 메겨져 있어, 第6 順位인 보통 사람은 몇달 내지 몇年이나 기다려야만 했었다. 그러나 이제 그런 時代는 지나갔고 지금은 신청만 하면 즉시 電話를 달아주는 시대가 된 것이다. 그리하여 電話에 관한 限 우리도 先進 여러나라와 차츰 닮아가고 있는 것이다.

이렇게 電話臺數가 1,000萬臺를 돌파하고, 1家口 1電話機 時代가 되자 社會도 이에 발맞추어 크게 변해

가고 있다. 그리하여 이제 싫던 종던 電話機를 端末機로 앞세우는 情報化時代의 門이 활짝 열리기 시작하고 있는 것이다. 그리고 새로운 文化, 「情報文化」라는 말로 대표되는 새로운 時代가 열려가고 있는 것이다.

포스트 1,000萬臺 時代의 戰略

情報時代가 오고 있다고는 하지만 현실적으로는 그 실현에 여러가지 문제점이 많다.

그 가장 큰 問題點은 一般國民들의 「情報化時代」에 대한 沒認識과 沒理解이다. 사실 지금까지 우리는 情報化時代이니 第3의 물결이니 하고 크게 외치고 또 떠들어졌지만 國民들의 情報化 時代에 대한 마음가짐은 아직은 원시상태에도 가깝다. 한 例로 대부분의 국민들은 아직도 「情報은 공짜」인 것으로만 알고 있다. 즉 귀중한 정보를 아무런 代價도 없이 대달라 해 놓고는 고맙다는 말조차 한마디 하지 않는 것이 우리의 현실이다.

사실 그럴 수밖에 없는 것이 「情報」은 모양도 무게도 없는 無形의 존재로서 在來의 관습에 젖어있는 사람들에게는 그것이 값을 지니고 있다고는 얼핏 생각하기가 힘들기 때문이다. 지금까지 물품이나 돈 등 눈에 보이는 有形의 財物들만을 다루어온 일반국민들에게는 無形의 「情報」가 값을 갖는다고는 생각조차 할 수 없었던 것이다.

「情報」에 대한 이런 視角差로 「情報의 重要性」은 흐려지기 마련이다. 그런데 情報化社會의 기본은 바로 「情報」라는 이 無形財產에 대한 올바른 評價·올바른 認識에 있었던 것이다. 情報가 눈에 보이지 않지만 매우 높은 附加價値를 創出해 낸다는 인식의 확립이야말로 情報化社會의 기반이었던 것이다.

하드웨어 爲主의 情報網 構築에서 對國民의 弘報로의 轉換

또 지금까지 우리는 電話保有 臺數의 확충, 情報通信網의 構築, 뉴 미디어나 OA機器의 開發이나 導入 등등 하드웨어 위주의 施設物設置 등에는 상당한 노력을 傾注했고, 또 상당한 목표 달성도 이룩하였다. 그러나 對國民 弘報活動은 너무도 소홀히 한 것 같다. 사실 우리는 현재 數字上으로 電話普及率 25%라는 準先進國 水準에도 도달은 되었지만 情報化時代 具顯을 위한 背景文化 형성에는 거의 힘을 쓰지 못했었다.

그 결과 情報化社會 具顯을 밀고 나가려 할 때 당장 부딪힌 것이 일반국민들의 沒理解와 그 낮은 背景文化 수준이었다. 즉, 行政當局이나 製造業者들이 열심히 갖가지 하드웨어를 開發시키고 보급시키려 해도 대부분의 국민들은 그런 노력에 무관심해 보였던 것이다.

3人通話加入者數에 나타난 低調한 背景文化

비근한 例가 電話의 3人通話 서비스이다. 3人通話 서비스란 3 사람이 동시에 電話會議를 할 수 있는 서비스를 뜻한다. 벌써 5~6年前부터 그 서비스가 시작되었는데도 대부분의 電話保有者들은 3人通話가 가능하다는 사실조차 모르고 있다. 그 증거로 電話普及台數가 1,050萬台도 넘고 있는데 3人通話 등 特別 서비스를 계약하고 있는 利用者는 겨우 2萬名이 될까말까 하다고 한다. 0.2%만이 3人通話가 무엇인지를 알고 있을 뿐이란 것이다. 터무니없이 낮은 비율이었던 것이다.

이렇게된 가장 큰 원인은 電氣通信公社가 아직도 國策會社로 남아 있어 올바른 弘報活動을 제대로 하고 있지 못하고 있다는 사실이다. 또 弘報活動을 시도했다고 해도 非能率적이었기 때문이 아니었는가 생각된다.

둘째는 國民의 대부분이 情報는 공짜라는 생각에 젖어있어 다달이 내는 電話料金 外에 별도로 特別 서비스料金を 내야 한다는데 抵抗을 느끼고 있다는 것도 큰 원인의 하나이다. 게다가 이런 特別서비스는 터무니없는 비싼料金이 되지 않을까 하는 우려이다. 그러나 實인즉 이런 特別서비스의料金은 每月 1,000원에 불과한 것이다. 3人通話를 몇 100通話를 했던간에 그料金은 月額 1,000원인 것이다. 물론 3人通話는 이쪽에서 상대방 두 사람을 호출하는 것인만큼 2회의 요금은 물어야 하겠지만 그 이상의 요금은 필요없는 것이다. 그런데도 사람들은 막연히 굉장한 요금이 추가되는 것으로 착각을 하고 있다.

예컨대 筆者는 만나는 사람마다 3人通話와 通話中待機서비스(끼여들기 電話)의 편리성을 강조하고 또 눈앞에서 실제로 3人通話를 實演도 해 보여주는데도 불구하고 아직까지 한사람의 同調者도 얻어내지 못하고 있다.

예컨대 某科學雜誌社의 社長부터가 그러니 일반대상이 그것을 實行할 가능성은 거의 없다. 또 同僚教授들에게 力說도 했고 實演도 해보였지만 아무도 同調하는 사람은 없다. 다만 物理學會 事務室에서만은, 筆者가 會長으로 있는 동안 3人電話와 끼여들기電話(通話中待機서비스)라는 두가지 特別서비스를 契約시켜놓는 데는 성공했다. 두 서비스를 합친 追加料金은 1,500원에 불과하다. (3人電話·끼여들기 電話 등 全部 7가지의 特別서비스 中 첫째것만 月1,000원이고, 나머지는 한꺼번에 月500원씩 支拂). 이런 3人通話와 通話中待機서비스의 開設로 物理學會는 電話連絡에 큰 도움을 받고 있다.

알려지 克服에는 자세한 說明과 實演이 重要

한번 써보기만 하면 이렇게 편리한 3人通話·通話中待機서비스마저도 이렇게 그 普及이 늦어진 이유는 弘報의 미숙에도 그 원인이 있겠지만 일반국민들의 鍵盤에 대한 알려지(Key-board allergy)에도 그 큰 원인이 있어 보인다.

西洋사람들과 달라 우리는 鍵盤에 처해서 무조건 거부감을 느끼는 Key-board allergy를 갖고 있다. 그 鍵盤 알려지도 단추를 한번쯤 누르는 것은 電話의 利用 등으로 인해 많이 극복할 수가 있게 되었지만, 通話中 다시 再操作을 하게 되면 숨어 있었던 거부감이 다시 蘇生되는 모양이다.

3人通話에 거부감과 불안감을 느끼는 것은 바로 이 때문이다.

사실 3人通話를 위한 단추누르기 要領은 다음과 같다. 즉 A가 B와C를 불러 3人通話를 할 때의 要領은

- (1) 受話機를 들고 A가 먼저 B의 電話番號를 돌린다.
- (2) B가 呼出되어오면 「3人通話를 하니 끊지말고 기다려 달라」라는 말을 한 후 혹단추(受話機를 놓는 곳에 있는 단추)를 한번 누른다. (이때 A와 B 사이의 電話連結은 일시 중단이 된다.)
- (3) A는 受話機를 든 채 이번에는 C의 電話番號를 돌린다.
- (4) C가 呼出되어 나오면 C에게 3人通話를 한다는 것을 알린 후 혹단추를 다시 누른다.
- (5) 그 순간 A, B, C 세 사람은 한 電話줄에 연결되어 서로 3人會議를 할 수 있게 된다.

그러나 이렇게 간단한 操作도 처음하는 사람에게는 겁을 주는 모양이다. 예컨대 (2)의 過程에서는 혹단추를 누를 때 A와 B의 電話는 일단 一時的이나마 斷切이 되는데, 이것이 처음 쓰는 사람에게는 불안감을 주는 모양이다. 또 혹단추를 누르는 A도 혹시나 電話가 영영 끊어지는 것이 아닌가 하는 一抹의 불안감을 느끼게 되는 것도 사실이다. 그러나 2回~3回정도 練習만 한다면 이 불안감은 소용없는 것이란 것을 곧 알아차릴 수 있다.

또 (2)의 過程에서 혹단추를 눌러 A와 B의 連結이 臨時로 斷切이 되었을 때 或時나 B가 當慌한 나머지 電話를 끊지 않을까 하는 근심도 없는 것은 아니다. 그러나 이 경우에는 서둘러 말고 미리 B에게 3人通話가 무엇인지를 설명해주면 된다.

筆者가 아는 限 3人通話를 처음 連結시켜주면, 대부분의 사람들은 이 새로운 經驗에 흥분마저 한다. 어쨌든 3人通話를 한번 해 보지만 해도 鍵盤 알려지나, 뉴 미디어에 처한 알려지는 어느 정도 없앨 수가 있다.

情報化時代의 旗手는 電話端末機

3人通話는 뉴 미디어치고는 그 조작이 가장 간단한 것 중의 하나이다. 그런데도 사람들이 그 사용에 겁을 집

어먹는 이유는 우리의 文化가 鍵盤文化에 접한지 아직 日淺하기 때문이라 생각된다.

그렇기는 하나 電話는 뭐니 뭐니해도 이 世上에서 가장 user-friendly한 interface를 갖고 있다.

인터페이스(interface)란 機械와 人間 또는 機械와 機械사이를 다리놓아주는 장치나 방법 또는 수단을 뜻한다. 쉽게 말해 電話機의 경우라면 電話를 거는 방법과 받는 방법이다. 電話의 경우 거는 방법은 (1)送受話機를 들고 (2) 다이알을 돌리는 2段階로 되어 있다.

받는 방법은 受話機를 들고 귀에 갖다 대는 한段階 뿐이다. 그러나 電話처럼 사용하기 쉬운 機具는 또 없을 것이다. 이렇게 사용하기가 쉬운 機器를 우리는 인터페이스가 user-friendly(使用者에게 親近)하다고 한다.

電話機가 얼마나 쓰기 쉬운가 하는 것은, 世界 어디를 가도 누구나 아무런 설명도 없이 故國에 있을 때와 마찬가지로 電話를 걸 수 있다는 점만 보아도 알 수가 있다.

또 어느 山間僻村에 사는 할머니, 즉 여태껏 電話를 구경조차 못한 할머니에게도 단 30秒면 電話使用法을 습득시킬 수 있다는 점이다.

이렇게 편리한 까닭에 현재 全世界에는 약 6億台 정도의 電話가 보급되어 있다고 한다. 따라서 앞으로 情報化時代가 된다면, 뭐니뭐니해도 電話가 그 旗手가 될 것은 거의 틀림이 없다.

電話機를 中心으로 뉴미디어가 普及이 된다.

아닌게 아니라 지금 상당히 많은 뉴미디어가 電話機를 端末機로 쓰거나 또는 電話回線을 補助裝置로 이용하고 있다.

예컨대 静止画像를 써서 生活에 필요한 文字圖形情報를 檢索해주는 Videotex는

電話回線 + TV

의 形態로 되어 있고, 또 멀리에 印刷物이나 圖面을 電送해주는 장치인 팩시밀리(facsimile)도

電話回線 + facsimile

로 시스템이 짜여져 있다.

또 個人컴퓨터를 써서 世界 여러 나라의 데이터 베이스(Data Base)라 불리는 情報銀行(data bank) 하고도 연결하여 최신의 專門情報를 얻게 해주는 PC通信도

電話回線 + PC(個人컴퓨터)

의 形態로 되어 있다.

이렇게 본다면 電話機 또는 電話回線은 앞으로 다가올 情報化時代에서의 가장 重要한 媒體의 구실을 할 것이 틀림이 없다.

그 뿐만 아니라 未來의 電話機는 音聲電話에서 탈피하여 映像電話(Picture phone)로 탈바꿈을 하게 될 듯

하다. 그리하여 이미 그 첫 段階로서 우리나라에서도 今年中에 静止画面電話機(상대방의 얼굴표정이 9秒동안 静止画面으로 나타남)가 商品化된다고 한다.

이 静止画面電話機의 기능을 더욱더 發展시킨 것이 窮極의인 電話機인 映像電話(또는 画像電話, 또는 Video-phone, 또는 TV電話)일 것이다.

물론 静止画面電話機의 使用法은 약간 까다롭다. 그 操作法은 3人通話 서비스때보다는 더욱더 神經이 쓰여지게 되어있다. 그러나 그것은 静止画面電話가 가져다주는 편리성과 효과를 얻기 위해서는 당연히 치러야할 代價인 줄로 안다.

또 이 이외도 電話機는 移動體電話機의 형태로도 발전이 되어가고 있다. Carphone, Airphone이 그것이다. Carphone(카폰)이란 自動車에 싣고 다니는 一種의 無線電話이고, Airphone(航空電話)은 그것의 飛行機版이라 생각하면 된다. 또 이 이외도 휴대용의 個人用 無線電話인 Pocket phone도 이미 그 第1호가 선을 보이고 있다. 上衣 호주머니에 간단히 넣고 다닐 수 있는 이런 Pocket phone이 實用化되고 널리 普及이 되면 우리는 마음 놓고 世界의 누구와도 서로 의사소통을 할 수가 있다. 情報化時代란 바로 그런 情報通信 수단이 저렴한 가격으로 大衆사이에 널리 보급되는 時代를 뜻한다.

물론 그 포켓 폰은 언젠가는 總天然色의 映像電話로 발전할 것이고, 여기에 팩시밀리 機能까지 첨가되어 世界의 누구와도 画像이나 圖面까지도 서로 주고 받게 될 것 같다.

포스트 1,000万台 時代의 戰略

이런 情報化時代는 어쩌면 21世紀가 되기 훨씬 前에 具顯이 될듯하다. 더군다나 그 때 우리가 世界에 앞장 서서 이런 새로운 情報化時代 具顯의 先頭走者가 되기 위해서는 이런 時代의 바탕이 되는 國民들의 背景文化를 높여 주는 데 힘써야만 한다.

그런 뜻에서 체신부는 몇年前에 「情報化의 해」를 선포한 바 있었고, 금년에는 目標를 情報文化 擴散에 두고 大大的인 계몽에 나설 모양이다. 그래서 예컨대 금년부터는 4월을 「정보의 달」로 定하고 情報文化擴散, 情報文化의 底辺擴대에 힘을 계획이라 한다.

따라서 우리 電子業界에서도 이 情報文化 擴散運動에 적극 加担하여 다가올 情報化時代 具顯에 힘써야만 될 줄로 안다. 그와 동시에 電話機 또는 電話回線을 土台로 하는 각종 뉴미디어의 開發과 普及에 힘써야만 한다. 그 뉴미디어의 普及은 國民들의 全的인 合意와 協力에 의해서 이루어질 것은 두말 할 필요도 없다. 그리고 그것을 위해서는 對國民 弘報가 급선무라 생각된다.