

# 우리나라의 情報化와 情報化認識에 관한 研究

盧 圭 亨

## 目 次

- I. 序
- II. 社會의 變化와 個人生活의 變化
- III. 우리나라 情報化의 推移
- IV. 情報化에 대한 態度와 認識
- V. 情報化와 社會·文化的 環境
- VI. 結 論

## I. 序

최근 마이크로 엘렉트로닉스, 소프트웨어, 디지털技術 등으로 대표되어지는 컴퓨터技術과 電氣通信技術의 급속한 발달은 文明에 새로운 變化를 가져올 것이라는 기대가 크다. 즉 앞으로 다가올 未來社會는 情報化社會로서 物

質資源보다는 情報資源이 더 중요시되고 高度로 多樣하고 발달된 情報서비스로 인류생활은 더욱 더 便利하고 풍요로워 진다는 것이다. 情報化社會에 대해서는 美國, 日本에서 이미 여러학자와 著述家, 政策立案者들에 의해 많이 舉論되어 왔다. 美國의 경우 經濟學者 마흐립(Fritz Machlup, 1962)은 물질이 아닌 知識의 生産과 分配를 測定하여 1958년 美國國民總生産量의 29%를 知識産業이 차지하고, 勞動人口의 31%가 이 부문에 從事한다고 주장하였고 이어 포래트(Marc Porat, 1976)는 미국 國民所得計定을 분석해 본 결과 1969년 國民總生産의 약 50%, 賃金 및 俸給의 50% 이상이 情報의 生産, 處理, 分配와 관련있다고 주장하였다. 또한 社會學者 벨(Daniel Bell, 1973, 1981)은 다가오는 21세기에는 이제까지의 工業中心의 社會에서 情報나 知識이 중심이 되는 脫工業社會 또는 情報社會가 될 것이라 하며 그 主要特徵으로서 (1) 製品生産中心에서 서어비스生産中心으로

\* 通信政策研究所 研究委員

本研究는 韓國데이터通信網의 研究用役으로 遂行된 것으로서 研究에 參與했던 金榮培, 李石在, 李勇洙, 徐輔賢 研究員과 文明子 研究助員에게 깊은 감사를 보낸다.

(2) 知識 中心의 技術革新 (3) 새로운 知的技術의 創造 등을 들고 있다.

한편 日本에서의 研究를 보면 우메자오(1963)는 産業發展이 생물체 발생의 순서처럼 農業生産(筋肉, 中胚葉)이 二次産業(消化器官, 內胚葉)으로 二次産業이 知識産業과 通信産業(頭腦 및 神經組織, 外胚葉)으로 발전한다고 보아 앞으로의 산업은 컴퓨터와 電氣通信技術의 발달이 주종을 이룰 것이라 보았고 日本의 電氣通信總合研究所(RITE)에서는 情報社會의 주요자원인 情報의 모든 유통을 한국가내에서 측정가능케 하였으며 또한 情報化 정도를 여러 국가간에 비교할 수 있도록 情報化指數, 情報比率 등을 開發하였다. 또한 프랑스에서도 대통령의 요청에 의한 노라와 밍크(Nora and Minc, 1978)의 보고서이후 텔레마티크 즉 컴퓨터와 電氣通信에 대한 관심이 높아졌다.

한편 우리나라에서도 최근에 情報化에 대한 관심이 높아지고 있으나 이제까지는 이에 대한 實證의인 研究보다는 未來學者들의 豫測 또는 外國의 事例紹介가 대부분이었고 이러한 論議는 大部分 肯定的인 未來像만을 강조한 면이 없지 않다.

本研究에서는 이러한 배경에서 情報化에 따른 社會的變화와 個人生活의 變化를 調査하기 위하여 情報化에 따른 變化를 실증적이면서도 社會科學의으로 測定하여 情報化의 社會的意味를 찾으려고 하였다.

## II. 社會의 變화와 個人生活의 變化

社會環境과 개인의 行動樣式은 어떠한 관계

가 있는가? 우선 인간이 社會的動物이라는 의미는 인간은 가정과 학교에서의 社會化(Socialization) 過程을 통하여 社會的役割을 학습하고 일생에 걸쳐 社會的環境으로부터 強化와 모방을 통하여 이를 수정 또는 계속 수행하면서 社會의 일원으로서 살아간다.

따라서 인간의 社會的 행동양식은 그 環境인 社會의 變化에 따라 變化되어진다. 물론 단기간으로 볼 때는 社會的變화가 즉각 個人生活의 變化를 가져온다고 할 수도 없고 또 抵抗과 受容의 갈등이 없지 않지만 인류 역사를 보면 社會的變화가 인간의 행동양식에 커다란 變化를 가져온 事例가 무수히 많다. 예를 들면 狩獵生活을 하던 인간이 農業生活을 함으로써 집단정착이 일어나고 共同體가 형성되고 國家가 생겨나며 階級이 생겨나 土地를 根據로 한 制度와 法律이 생겨났던 것이다. 또 인류가 産業革命을 經驗함으로써 人間에게는 같은 정도의 社會, 組織, 制度 등에서 다양한 生活樣式의 變化를 經驗하게 되었던 것이다. 이러한 社會의 根本的인 變化를 일으키는 요인은 여러가지가 있을 수 있겠으나 그 代表的인 것의 하나는 社會의 生産樣式을 결정하는 社會的技術이라 할 수 있다. 즉 農業革命을 일으킨 灌溉, 播種 등의 農業技術이나 産業革命을 일으킨 동력과 機械를 발명한 産業技術의 등장은 社會的으로 根本的인 變化를 가져온 社會的技術의 革命이라 할 수 있다. 그렇다면 情報社會는 컴퓨터와 電氣通信技術의 발달에 의한 情報革命에 의해 人間生活에 根本的인 變化를 가져온 社會라고 정의할 수 있을 것이다.

한편 개인의 社會的行動은 어떻게 결정되고 왜 變化되는가? 인간행동의 결정요인에

대하여는 많은 論議가 있을 수 있겠으나 심리학자 러윈(K.Lewin)은 행동을 環境과 人性의 결과로 보고 함수식  $B=f(E,P)$ 로 表示하였다. 즉 인간의 행동은 環境적요인과 개인적요인의 결과이며 환경이나 개인에 있어서의 變化는 행동의 變化를 초래할 것이라는 것이다. 또 社會心理學者 알포트(J.Allport)에 의하면 인간의 社會的行動의 變化는 社會的現象에 대한 態度(Attitude)에 의해 左右되며 態度는 크게 感性的要因(Value)과 知性的要因(Belief)으로 구성이 되고 이러한 요인들은 개인의 社會的變化에 대한 認識(Perception)에 의해 결정된다고 한다.(Johns and Gerald, 1968) 따라서 개인의 行動變化는 社會的環境이 독립변인이 되고 개인의 認識이 매개변인이 되어 결과적으로 행동의 變化가 종속변인이 된다고 볼 수 있다. 그렇다면 우리나라의 情報化는 우리에게 어떠한 變化를 초래할 것인가하는 문제는 우선 假說的概念(Hypothetical Construct)인 情報化라는 社會的現象의 실체를 파악하고 이에 대한 일반인의 情報化에 대한 態度를 검증하여 情報化와 개인과의 관계를 규명하여야 할 것이다.

### Ⅲ. 우리나라 情報化의 推移

우리나라에는 현재 情報化라는 社會的現象이 과연 存在하고 있는가? 이러한 假說的인 社會的現象을 정의하기 위해서는 操作的定義

(Operational Definition)에 의한 測定이 유용한 接近方法이 될 수 있다. 本研究에서는 情報化를 一般的定義에 따라서 電氣通信의 고도화와 컴퓨터의 廣範圍한 보급이라고 정의하고 이에 따라 情報化를 두가지 側面에서 파악, 측정하였다.

우선 情報化가 우리나라에서 진행되고 있다면 情報化의 추세인 電氣通信의 發達에 따라 一般인이 사용하는 情報媒體중에서 특히 電氣通信이 다른 媒體手段보다 최근에 더욱 高度化되었을 것이라고 豫測할 수 있다. 두번째는 情報化가 현재 우리나라에서 진행중이라면 情報化의 주요 技術인 컴퓨터와 電氣通信에 대한 社會的 관심이 최근에 늘어나 이에 대한 言論의 보도가 크게 증대되었을 것이라고 예측할 수 있다.

#### 1. 情報媒體推移를 통해본 情報化

첫번째 방법인 情報媒體 추이를 통한 情報化過程을 알아보는 方法으로 우리나라 國民個人別 각 情報媒體의 이용을 최근 10년간에 걸쳐 調査하였다. 研究의 主目的은 情報化의 물결로 최근 우리나라의 情報媒體의 利用이 電氣通信을 이용하는 方向으로 高度化되었는가를 밝히는데 있다. 비교에 사용된 情報媒體의 種類는 우선 電子界와 印刷界로 나누었고 또 매체가 지향하는 범위가 多數인가 또는 個人인가에 따라 大衆傳達媒體와 個人傳達媒體로 나누었다. <表1>에는 1970년부터 1982년까지 12년 동안의 우리나라 情報媒體利用推移가 제시되어 있다.

〈表1〉 우리나라의 情報媒體 利用推移

媒 體 \ 區 分			單 位	1970	1982	增加率
大衆 情報 媒體	電子界	텔레비전	1000 명당 보유대수 (대)	13	174	13.4 배
		라 디 오	1000 명당 보유대수 (대)	124	432	3.5 배
個人 情報 媒體	印刷界	신 문	1 명당 용지소비량 (kg)	3.0	6.0	2.0 배
大衆 情報 媒體	電子界	전 화	1000 명당 사용대수 (대)	20	131	6.6 배
		전 신	1000 명당 사용회수 (회)	283	263	0.9 배
	印刷界	편 지	1 명당 우편회수 (회)	18	26	1.5 배

資料：逡信統計年鑑 各年度

表에서 볼때 텔레비전과 전화가 신문과 편지에 비해서 상대적으로 증가하여 大衆情報媒體에서나 個人情報媒體에 있어서나 電子媒體가 印刷媒體에 비해 최근에 급격히 伸張하였음을 알 수 있다. 특히 視聽覺情報媒體인 텔레비전은 라디오나 신문보다 伸張률이 높고, 音聲情報媒體인 電話는 상대적으로 열등한 印刷媒

體인 편지나 전신보다 더 신속하고 편리하여 普及이 크게 伸張되었음을 보여주고 있다. 이를 선진국인 미국, 일본, 영국, 개발도상국인 태국, 싱가포르와 같은 기간에 걸쳐 비교하여 〈表2〉에 제시하였다. 선진국에서 增加趨勢를 보인것은 大衆情報媒體手段으로서의 텔레비전과 個人情報媒體手段으로서의 전화

〈表2〉 各國의 情報媒體別 增加推移 (1970년에서 1982년까지)

(單位：倍)

媒 體 \ 國 家			韓 國	美 國	日 本	英 國	싱가폴	泰 國
大 衆 情報媒體	電子媒體	텔레비전	13.4	1.6	1.2	1.5	2.3	2.8
		라 디 오	3.5	1.5	3.1	1.6	1.5	1.9
	印刷媒體	신 문	2.0	1.0	1.3	0.9	2.8	1.9
個 人 情報媒體	電子媒體	전 화	6.6	1.3	2.6	2.0	2.7	2.5
		전 신	0.9	0.7	0.6	0.3	0.3	1.1
	印刷媒體	편 지	1.5	1.0	1.2	0.9	1.4	2.1

이다. 상대적으로 감소를 보인 것은 個人情報媒體手段인 전신이며 대체로 踏步狀態인 것은 印刷媒體인 신문과 편지이다. 이렇게 電子媒體중에서도 텔레비전과 전화의 사용이 증가

하면서 전신의 사용이 상대적으로 줄어드는 것이 선진국인 美國, 日本, 英國의 媒體使用趨勢인 것이다.

결론적으로 이러한 情報媒體의 利用推移를

불 때 지난 10년간 우리나라에서는 大衆傳達手段으로서는 텔레비전과 같은 視聽覺的인 媒體가 聽覺的인 라디오나 印刷媒體인 신문보다 크게 增加했으며 個人情報媒體로서는 電子媒體인 電話가 다른 印刷媒體의 增加幅보다 크게 나타나고 있음을 알 수 있으며 이는 우리나라가 電氣通信의 高度化라고 할 수 있는 情報化의 過程을 밟고 있음을 보여준다고 하겠다.

## 2. 新聞內容分析을 통해 본 情報化

두번째 우리나라 情報化推移를 新聞의 情報化 관련 기사를 內容分析함으로써 우리나라의

情報化에 대한 新聞의 보도내용과 新聞이 大衆에게 주는 情報化에 대한 議題設定機能을 살펴보았다. 新聞은 社會의 기록이며 주요한 情報提供媒體로서 일반대중은 新聞을 통하여 많은 새로운 知識을 習得한다. 따라서 新聞의 情報化에 대한 보도내용은 일반대중에게 情報化를 認識하는 方向을 결정짓는 데 중요한 役割을 수행한다. 즉 新聞은 公衆의 社會의 態度에 대한 議題設定機能이 있어 新聞의 報道 態度와 公衆의 態度에는 높은 相關關係가 있다고 한다. 內容分析의 대상이 된 新聞은 조선일보와 동아일보로서 1969년부터 3년 간격으로 1972년, 1975년, 1978년, 1981년, 1984년 등 모두 6개년도의 각 1년치에서 情報化 관련 기사를 量的, 質的으로 分析하였고 情報化 관련기사는 컴퓨터와 뉴미디어 등 6개

〈表3〉 年度別 記事內容의 分類

	69년	72년	75년	78년	81년	84년	계
뉴 미디어	8	5	11	11	17	62	113(23.1)
컴퓨터 H/W	6	13	10	9	12	79	129(26.4)
컴퓨터 S/W	4	6	2	8	7	49	76( 5.7)
부품·소재산업	0	1	0	5	3	58	67(13.8)
로봇트 및 F/A	0	0	1	6	16	28	51(10.5)
사무자동화	0	4	2	0	7	10	23( 4.7)
기 타	1	1	5	5	2	14	28( 5.8)
계	19	30	31	44	63	300	487(100.0)

資料：通信政策研究所

分野로 分類하였다. 그 결과가 〈表3〉에 제시되어 있다.

情報化 關聯記事는 '69년부터 '81년까지는 큰 變化가 없다가 '84년에 300건으로 前年對比 4.6배나 늘어나 '81년과 '84년사

이에 우리나라에 情報化가 크게 소개되었음을 알 수 있다. 부문별로 보면 컴퓨터 하드웨어와 소프트웨어를 합한 比率은 32.1%로서 컴퓨터에 관한 기사를 壓倒的으로 많이 取扱한 사실을 알 수 있다. 記事의 內容分類를 年度

別로 分析해보면 部品·素材産業 및 로보트·F/A에 관한 기사는 70년대 후반 및 80년대 들어와서 많이 取扱되고 있으며, 뉴미디어, 컴퓨터 하드웨어 및 소프트웨어에 관한 記事는 70년대 및 80년대 초기까지는 比較的 高르게 取扱되고 있으며 84년 들어서 급격히 增加된 양상을 보이고 있다. 특히 컴퓨터 하드웨어에 관한 記事는 81년과 84년을 比較해 보면 6.5배나 增加되어 이 期間 동안에 컴퓨터에 대한 關心이 急增했음을 알 수 있다.

컴퓨터에 관한 記事와는 달리 로보트·F/A 및 事務自動化에 대한 記事는 그 增加趨勢가 별로 크지 않고 또한 頻度數도 매우 적게 나타나서 아직은 이 分野에 대해서 많은 紹介가 이루어지지 않은 것을 알 수 있다. 이밖에 部品·素材産業에 관한 記事는 80년대 들어서 활발히 取扱되고 있는 分野이다. 部品 및 素材産業에 관한 記事는 비록 그 頻度數는 많지 않으나 84년의 記事取扱量이 81년의 그것보다 무려 16배 이상 增加하여, 이 分野에 대한 깊은 關心을 立證하고 있으며, 이는 우리나라의 電子·通信産業 즉, 光纖維나 半導體産業이 發達함에 따른 現象이라고 할 수 있다.

이러한 情報化關聯 記事를 質的分析을 통하여 肯定的인 내용과 否定的인 내용, 中立的인 내용으로 區分하였으며 肯定的, 否定的 보도의 세부적내용을 다음 <表7>과 <表8>에 제시하였다.

肯定的記事의 내용을 細部項目別로 살펴보면 먼저, 政治 및 行政, 經濟, 日常生活, 社會生活, 其他의 項目으로 크게 나누어 보았을 때 가장 많은 頻度數를 기록한 것은 日常生活

에 관한 내용으로서 全體의 33.8%인 138件으로 나타났으며, 다음은 經濟에 관한 내용 25%, (102件) 政治·行政에 관한 내용 21.6%, (88件), 社會生活에 관한 내용 11.5%, (47件)으로 나타났다. 細部的인 項目에서 가장 많은 頻度數를 나타낸것은 “生活이 便利해진 다” 라는 項目이 26.7%로서 109件이었으며 다음은 “情報의 迅速·大量處理”에 관한 項目으로서 20.2%, 83件을 나타내고 있다. 반면에 “地方自治”나 “自律化”의 項目은 하나도 없거나 1건만을 나타내고 있으며 “富의 均等分配”, “技術移轉”, “餘暇增大”, “環境改善” 등의 項目은 매우 낮게 나타났다. 따라서 兩新聞은 情報化社會를 주로 生活이 편리해지거나 情報의 迅速·大量處理라는 면에서 파악하고 있으며, 政治的인 문제나 環境問題, 所得再分配 문제등에 대해서는 깊게 取扱하지 않고 있다고 할 수 있다. 否定的記事의 내용을 細部項目別로 보면 日常의內容이 48.6%, 35건으로 가장 많고 社會의內容, 政治·行政의內容, 經濟的內容의 順이다. 그러나 日常의內容을 除外하고는 그 比率의 差異가 小幅에 그치고 있어 큰 差異는 없다고 할 수 있다. 日常의內容중에서 가장 많은 頻度를 나타낸 것은 “使用未熟”이며 다음은 “機械에의 隸屬”, “人間性喪失” 등의 順이다. 否定的인 記事의 細部項目은 年度에 따라 뚜렷한 特徵을 나타내고 있지는 않으나, 全體적으로 볼 때는 80년대에 와서 否定的인 態度的記事가 늘어나고 있는 趨勢에 있다.

따라서 情報化社會에 대한 記事는 주로 肯定的인 側面에서 유투피아적으로 取扱되어진 傾向이 있으며, 讀者들에게도 그러한 식으로 議題設定이 되어 있다고 推測할 수 있다. 情

〈表 7〉 年度別 肯定的 記事의 內容

單位는 頻度數, ( )안은 %

	內 容	69	72	75	78	81	84	小 計	計
政治· 行政的 內容	自 律 化	·	·	·	·	·	1	1( 0.24)	88 (21.6)
	地 方 自 治	·	·	·	·	·	·	·	
	社 會 參 與 容 易	·	·	1	·	·	3	4( 0.98)	
	情 報 의 迅 速 · 大 量 處 理	10	11	2	10	15	35	83(20.3)	
小 計		10	11	3	10	15	39		
經濟的 內 容	就 業 機 會 擴 大	·	·	1	2	1	4	8( 2%)	102 (25)
	富의 均等分配,所得增加	1	·	·	·	·	4	5( 1.2)	
	生 產 性 向 上	1	3	·	6	3	10	23( 5.6)	
	에 너 지 節 約	1	2	1	4	·	3	11( 2.7)	
	國 際 分 業 · 技 術 移 轉	·	·	·	·	·	3	3( 0.7)	
	人 件 費 節 減	·	2	1	8	4	·	15( 3.6)	
	輕 量 · 小 型 化	·	·	2	2	1	6	11( 2.7)	
輸 出 產 業	·	·	·	3	·	23	26( 6.4)		
小 計		3	7	5	25	9	53		
社會的 內 容	커뮤니케이션活性化	6	2	1	2	11	5	27( 6.6)	48 (11.5)
	環 境 改 善	·	·	1	2	·	1	4( 0.98)	
	地 域 隔 差 解 消	·	2	·	1	1	·	4( 0.98)	
	教 育 機 會 擴 大	·	·	·	2	1	5	8 (2)	
	地 球 村	·	2	·	·	1	2	5( 1.2)	
小 計		6	6	2	7	14	13		
日 常 的 內 容	雜 務 解 消	·	6	·	2	9	8	25( 6.4)	138 (33.8)
	餘 暇 增 大	·	·	·	·	2	2	4( 0.98)	
	便 利	8	13	2	11	26	49	109(26.7)	
小 計		8	19	2	13	37	59		
	其 他	4	1	2	2	·	24	33( 8.1)	33( 81)
									408(100)

〈表8〉 年度別 否定的 記事의 內容

單位는 頻度數, ( )안은 %

	內 容	69	72	75	78	81	84	小 計	計
政治· 行政的 內容	管理社會化	·	·	·	·	·	·	·	7 (9.6)
	中央集中	·	·	·	·	1	·	1(1.4)	
	文化的從屬	·	·	·	·	·	5	5(6.8)	
	情報의 偏重	·	·	·	·	·	1	1(1.4)	
小 計					1	6			
經濟的 內容	失 業	·	·	·	·	·	3	3(4.2)	6 (8.4)
	貧 富 隔 差	·	·	·	·	·	·	·	
	產 業 隔 差	·	·	·	1	1	1	3(4.2)	
小 計				1	1	4			
社會的 內容	컴퓨터 犯罪	·	·	·	·	4	5	9(12.5)	9 (12.5)
	機 械 破 壞	·	·	·	1	·	·	·	
小 計					4	5			
日 常 的 內 容	스 트 레 스	·	·	·	·	·	·	·	35 (48.6)
	孤 獨	·	·	·	·	·	·	·	
	人 間 喪 失	·	·	·	4	·	2	6(8.3)	
	機 械 隸 屬	·	·	1	1	3	2	7(9.7)	
	不 適 應	·	·	·	·	·	·	·	
	계 으 림	·	·	·	·	·	·	·	
	運 動 不 足	·	·	·	·	·	2	2(2.8)	
	노 이 로 제	·	·	·	·	·	·	·	
	使 用 未 熟	·	2	·	3	1	10	16(22.2)	
	프라이버시侵害	·	·	1	·	·	1	2(2.8)	
受 動 的	·	·	·	1	·	1	2(2.8)		
小 計		2	2	9	4	18			
	其 他	·	·	3	·	·	12	15	15(20.8)
									72(100)



報化社會의 逆機能은 調査期間中の 兩新聞記事에서는 별로 取扱되지 않았는데, 이것은 아직 우리나라가 逆機能을 염두에 두어야 할 만한 段階에 들어와 있지 않다는 事實로 解釋할 수 있다. 情報化에 대한 逆機能問題는 實生活의 情報化가 進展됨에 따라 컴퓨터犯罪, 프라이버시侵害, 自動化에 의한 失業 등의 問題가 앞으로 나타날 것이므로 言論은 이런 側面에도 커다란 關心을 가져야 될 것이다.

#### IV. 情報化에 대한 態度와 認識

情報化에 대한 일반인의 認識을 調査하기 위하여 서울시내 학부모를 대상으로 설문조사를 실시하였고 이중 유효한 자료 622 명을 통계분석하여 情報化에 대한 態度調査와 認識調査를 하였다.

##### 1) 情報化에 대한 態度調査

情報化사회에 대한 態度調査는 사람들이 肯定的인 態度를 갖고 있는지 아니면 否定的인 態度를 갖고 있는지를 알아보기 위한 것이었다.

본 서베이에서는 情報化社會에 대한 態度항목으로서 27 개 항목을 文獻調査을 통하여 추출하였다. 각 項目들은 情報化社會에 대해 肯定的 의견과 否定的 의견이 대비될 수 있도록 만들어졌다. 예를들면 아래와 같다.

<예> -3 -2 -1 0 +1 +2 +3

1. 管理社會가 된다      自律社會가 된다

27 개의 情報化에 대한 의견에서 肯定的인 반응을 보인 것은 19 개, 否定的인 반응은 8 개였으나 이중 중립치 0 의 +0.5 와 -0.5

사이에 있는 것은 중립 또는 모호한 반응으로 간주하였다. 이렇게 볼 때 肯定的인 반응은 13 개, 中立的인 반응은 11 개, 否定的인 반응 3 개로서 대체로 情報化社會를 否定的으로 보지는 않고 있다. 이를 세부적으로 보면 肯定的 반응은 <表 9>에 肯定的 순위와 項目, 評點이 각각 나타나 있다. 이들 肯定的 반응을 보면 주로 경제적인 면 즉 交通의 便利, 經濟成長, 生活의 여유, 所得增大 등을 많이 지적하고 있는 것이 그 특징이다. 이는 情報化社會를 경제적으로 풍요한 社會라고 認識하고 있는 것이라 할 수 있다.

한편 否定的인 면과 態度가 모호한 中立的인 면은 <表 10>에 나타내고 있다. 否定的 반응의 대표적인 것은 대인 접촉이 적어지는 것이고 다음이 게을러짐, 취업감소로 보고 있어 情報化의 否定的인 측면을 人間疎外와 관

<表 9> 情報化社會에 대한 肯定的 項目

順位	項 目	評 點
1	生活이 便利해진다	1.975
2	知識이  풍부해진다	1.696
3	交通이 便利해진다	1.567
4	經濟成長이  높아진다	1.476
5	여유시간이  많아진다	1.432
6	여가활동이  많아진다	1.313
7	소득이  증대된다	1.042
8	文化가  발달한다	.990
9	生活에  여유가  생긴다	.800
10	바람직한 社會가  된다	.736
11	自律社會가  된다	.586
12	言論開放이  된다	.585
13	주택사정이  좋아진다	.535

런지위 보고 있다. 중립 또는 모호한 반응을 볼 때 情報化의 우려요인이라 할 수 있는 프라이버시 침해나 情報隔差, 貧富差 등에 대하여서는 態度를 명확히 갖지 못하고 있다. 이러한 情報化에 대한 態度를 종합해 볼 때 일반인들은 情報化社會를 경제적으로 풍요로운 社會로 기대하는 肯定的인 면을 갖고 있으나 한편 否定的인 면으로는 인간소외를 큰 요인으로 들고 있으며 프라이버시침해 등 情報化의

부작용에 대하여서는 아직 충분한 認識을 가지고 있지 못함을 알 수 있다. 이어서 컴퓨터에 대한 態度調査 결과는 <表 11>에 제시되어 있다. 컴퓨터도 주로 産業發展과 生活의 便利, 그리고 教育에의 이용등 肯定的인 측면은 강조하나 否定的인 측면으로는 비싸다와 외국과 비해 뒤떨어짐 그리고 다루기 힘들다고 보고있어 이에 대한 근본적인 改善이 있어야 할 것이다.

<表 10> 情報化社會에 대한 否定的 및 中立的 項目

順位	否定的 項目	評 點	中立的 項目	評 點
1	對人接觸이 적어진다	- 1.114	支出不이 많아진다	- .447
2	게을러진다	- .851	貧富差가 심해진다	- .414
3	就業기회가 감소한다	- .555	失業率이 높아진다	- .376
			犯罪가 많아진다	- .203
			에너지가 많이든다	- .186
			프라이버시 침해	.029
			環境汚染	.281
			地域差解消	.397
			安保에 이롭다	.417
			輿論이 경직된다	.442
			社會參與容易	.462

<表 11> 컴퓨터에 대한 態度

肯 定 的	否 定 的
(1) 産業發展에 도움을 준다 ( 2.278 )	(1) 비싸다 (- 1.855 )
(2) 生活에 便利하다 ( 1.756 )	(2) 외국에 뒤떨어져 있다 (- 1.271 )
(3) 教育에 도움을 준다 ( 1.448 )	(3) 다루기 힘들다 (- 0.687 )
(4) 環境을 개선한다 ( 0.608 )	
	총 응답자 622명

2) 情報化에 대한 認識調査  
 情報化社會를 선도할 뉴미디어에 관해 일반인이 어느정도 認識하고 있는지를 같은 設問

調査를 통해 알아보았다. 대표적인 뉴미디어 중 15개를 열거하고 이들 중에 설문 응답자들이 알고 있는 것에 모두 V표시를 하게 하

였다. 설문결과 알고 있다고 응답한 비율이 높은 뉴미디어를 순서대로 열거하면 <表 12>와 같다.

<表 12> 뉴미디어의 認識程度

뉴 미디어	比率	뉴 미디어	比率
AM스테레오 放送	74.6	有料TV	40.5
TV音聲多重 放送	65.4	畫像通信會議 시스템	38.0
비디오디스크	62.4	텔레텍스트	37.1
有線 TV	55.0	綜合情報通信網	28.3
直接衛星放送	53.1	靜止畫放送	22.2
비디오텍스	49.9	텔레텍스	22.2
高品位 TV	41.7	畫像應答시스템	20.0
팩시밀리放送	41.5	總應答者：622 名	

표에서 보듯이 AM스테레오 방송을 알고 있다는 응답율이 74.6%로 가장 많고, 다음이 TV音聲多重放送, 비디오디스크 順이다. 잘 알려지지 않은 뉴 미디어는 畫像應答시스템, 텔레텍스, 靜止畫放送으로 20%가 응답을 보이고 있다. 위 결과의 두드러진 特徵중 하나는 각 미디어를 알고 있다는 높은 응답반응율을 보인 점이다. 이러한 높은 認識率을 가져오게 된 背景을 分析해 보면, (1) 실제로는 자세히 모르나 들어 보았다고 생각하면서 응답하였거나, (2) 新聞이나 TV에 자주 등장하기 때문에 안다고 응답하게된 親熟性효과, (3)設問應答時 자신을 보다 유식하게 보이려는 欲求 즉, 사회적으로 보다 자신을 認定받으려는 欲求 때문에 나타난 結果라고 볼 수 있다. 예를들어 AM스테레오放送의 경우와 같이 AM이나 스

트레오라는 單語는 일반인들이 이미 日常生活을 통해 잘 알고 있으므로 들어 보았다고 응답하는 것은 (1)의 경우다. 音聲多重放送이나 비디오디스크는 그동안 자주 보도되어 일반인들에게 親熟한 內容인 까닭에 (2)의 결과라고 볼 수 있다. 마지막으로 텔레텍스트, 靜止畫放送, 텔레텍스, 畫像應答시스템 등 국내에 비교적 알려지지 않은 뉴미디어에 대한 응답은 (3)의 이유와 같은 지식과시에 따른 대담일 가능성이 많다. 이 가능성에 대해 본 設問의 結果分析을 통해 보다 상세히 검토하면 다음과 같다.

“情報化社會에 대해 들어 본 經驗이 있느냐? (설문 1)”는 물음에 대해 들어 본 經驗이 있다고 응답한 사람이 94.5%에 달하고 있다. 그러나 <表 12>의 결과에서 보면 뉴 미디어에 대한 지식은 50%이상 안다고 응답한 것이 15가지 미디어 중 6가지에 불과하며, AM스테레오 放送에 대해서 제일 높은 응답율을 보이고 있으나 74.6%에 불과하다. 이러한 결과로 보면 情報化社會에 대한 全般의인 認識水準은 皮相的임을 알 수 있다. 그러므로 높은 응답율은 자신의 지식수준을 높게 評價받으려는 欲求로부터 나온 결과라고도 볼 수 있다.

## V. 情報化와 社會·文化的 環境

### 1) 情報隔差

앞으로의 情報化社會에 있어서 情報를 많이 가진 集團 (Information Rich)과 情報를 적게 가진 集團 (Information Poor) 간의 隔差를

우려하는 학자가 많은데 이러한 知識에 따른 不平等은 물질에 따른 不平等보다 더 큰 社會的 問題가 될 수 있다고 한다. 이러한 知識의 不平等이 존재하고 있는가를 알아보기 위하여 설문응답자의 社會的 背景을 분석하였다.

분석방법은 情報化社會의 이해를 뉴미디어에 대해 알고 있는 정도라고 볼 때 이러한 이해정도에 영향을 미칠 수 있는 社會的 變因들은 응답자의 성, 연령, 학력수준 등이라고 보고 이들 變因에 따라 이해 정도의 차이가 실제로 있는가 하는 것을 알아보기 위해 성별, 연령, 학력을 각각 獨立變因으로 하고, 알고 있는 뉴미디어의 수를 從屬變因으로 하여 重多回歸分析을 실시하였다. 그 결과는 다음과 같다.

$$\text{뉴미디어의 認識} = 6.46 + .49(\text{성}) - .37(\text{연령}) + 1.36(\text{학력})$$

$$(1.82) \quad (-2.84)$$

$$(5.09) \quad ( ): t \text{ 값}$$

$$(F = 14.2, df = 594, p < .00, RSQ = .09).$$

위에 제시된 等式을 이용하면, (1) 뉴미디어를 알고 있는 정도가 성, 연령, 학력수준에 따라 어떻게 다른지를 알 수 있고 (2) 특정인의 성, 연령, 학력수준을 알고 있을 때, 그 사람의 뉴미디어에 대한 認識정도를 예측할 수 있다. 위 등식에서 성별계수는 5% 수준에서 의미가 없는 것으로 나타났고 연령과 학력에 대한 계수는 5% 수준에서 유의미하게 나타났다. 즉 뉴미디어의 認識정도는 연령이 높아질수록 認識정도가 점점 낮아지고 학력이 높아짐에 따라 뉴미디어를 알고 있는 정도는 크다고 할 수 있다.

이상의 결과를 要約하면, 情報化社會를 잘 모르는 부류는 나이가 많고 教育정도가 낮은 사람이며, 情報化社會를 잘 알고 있는 사람은 젊고 教育을 많이 받은 사람들이다. 이러한 人口學的 變因에 따른 차이가 시사하는 점은 個人的 社會的 특성에 따라 情報化社會를 이해하고 수용하는데 차이가 있을 수 있다는 것이다. 다시 말해 새로운 情報化的 物질을 認識하는데 있어 教育과 年齡이 중요한 媒介變因이 되어 教育이 높을수록, 연령이 젊을수록 잘 알고 있으며 결과적으로 情報化에 적응하기가 쉬울 수 있다는 것이다.

## 2) 文化的 要因

通信媒體가 아무리 發達한다 해도 그 나라의 生活習慣의 주변에 있는 文化를 考慮하지 않을 수 없다. 왜냐하면 通信媒體는 情報의 送信者와 受信者간의 교량 역할을 하는 것에 불과하기 때문이다. 또한, 우리의 生活樣式의 주변에는 儒敎의 價値觀이 內在되어 있기 때문에, 上下間의 縱的 人間關係와 同僚, 친구와의 橫的 人間關係를 유지함에 있어 媒體를 어떻게 活用하고 있는지를 把握해 볼 必要가 있다. “당신이 家族이나 同僚, 後輩와의 親分關係에서 흔히 이용하는 意思傳達方法은 무엇입니까?”라는 質問과 “親戚, 職場上司, 先輩등과의 對話는 주로 어떤 方式으로 이루어지고 있다고 생각하십니까?”라는 질문에 대한 결과가 <表 13>에 나타나 있다. 아래의 표에서 보면, 橫的 關係에서는 電話를 使用한다는 응답이 70.8%이었으나 縱的 關係에서는 37.4%로 크게 줄었다. 그러나 直接對面을 통해 이루어지고 있는 비율을 보면, 橫的 關係에서는 25.2%였으나, 縱的 關係에서는 57.7%로 32.3%가 높게 나왔다.

〈表 13〉 橫的, 縱的關係에서의 媒體利用

(단위: %)

媒體 類型	便紙	電話	直接對面	其他	無應答	全體
橫的 關係	2.2	70.8	25.2	1.1	0.6	100.0
縱的 關係	3.5	37.4	57.5	1.0	0.6	100.0

총응답자: 622 명

이 결과가 示唆하는 바는 平常時 橫的關係에서의 直接對面은 “電話는 신속하다” 라는 機能的 效率性보다 더 높은 價値를 갖고 있다는 것이다. 즉, 우리의 生活慣習에서 보면 윗사람을 대하는 데 있어 直接對面은 電話보다 더 誠實하고, 친근감 있고, 誠意있는 것으로 받아들여 진다는 것이다. 그렇다면, 例外的인 狀況으로서 급한 用務가 있을 때에는 어떠한 傾向을 보일 것인가. “만일 급한 用務

로 윗사람에게 傳할 內容이 있을 때 주로 어떠한 方法을 擇하십니까” 라는 질문에 대해 縱的關係下에서의 傾向을 보면, <表 14>에서와 같다. 급한 用務時 直接對面 보다는 電話를 이용하는 비율이 72.9%로 平常時 縱的關係에서 直接對面을 한다는 57.5%의 응답율보다 15.4%가 높게 나왔다. 이러한 結果는 媒體의 이용이 狀況에 따라 選擇的으로 이루어진다는 것이다.

〈表 14〉 급한 用務時 縱的關係에서의 媒體利用

(단위: %)

媒體 類型	電話	直接對面	메모傳達	其他	無應答	全體
縱的 關係	72.9	21.3	3.5	1.6	0.6	100.0

總應答者: 622 명

橫的關係에서의 意思疎通方法의 差異를 年齡別

로 보면, <表 15>와 같다.

〈表 15〉 橫的人間關係의 年齡別 差異

단위: 빈도수, ( )안은 %

方法 年齡	便紙	電話	直接對面	其他	全體
30 세 以下	6 (5.7)	60 (56.6)	38 (35.8)	2 (1.9)	106 (100.0)
31 ~ 40 세	0 (0.0)	133 (77.3)	36 (20.9)	3 (1.7)	172 (100.0)
41 ~ 45 세	5 (2.3)	161 (75.6)	47 (22.1)	0 (0.0)	213 (100.0)
46 세 以上	3 (2.3)	87 (68.9)	36 (28.1)	2 (1.6)	128 (20.7)

$$X^2 = 25.11, df = 9, p < .003$$

〈表15〉와 같이 30 세 以下의 경우는 電話利用率이 直接對面에 의한 方法보다 높게 나타났으나, 다른 年齡層에 비해 直接對面이 다소 높게 나왔다. 반면, 31 세 以上の 경우는 直接對面 보다는 電話를 이용하는 비율이 3 倍 정도로 높게 나왔다.

즉, 30 세 以下의 경우 直接對面할 시간적 여유가 31 세 이상의 경우 보다 더 많아, 直接對面에 의한 意思疎通이 다른 연령층에 비해 높게 나타난 것으로 볼 수 있다. 반면 31 세 이상의 경우는 시간이 부족하여 자연히 橫的關係에서의 意思疎通은 전화를 통하여 이루어 질 수 있으며 이는 전화가 긴급한 용무를 해결해 주는 기능적 잇점을 가지고 있기 때문일 것이다. 이상의 결과에서 우리는 通信媒體를 이용하는 방식은 이용의 주체가 누구이며, 어떠한 生活空間 또는 상황에서 이용하는가에 의해 달라진다는 것을 알 수 있으며 인간의 通信行爲는 특히 문화적인 영향을 크게 받는 것을 알 수 있다.

### 3) 經濟的費用

日常生活에서 書籍, 雜誌 등과 같은 商品을 구입하고 대금을 지불하는 것을 당연한 것으로 여기고 있다. 그렇지만 TV를 통해 얻는 정보나 다른사람이 傳達해 주는 어떤 特定情報에 대해서는 댓가를 지불해야겠다고 생각하지 않는다. 즉 商品이 有形의 것일 때에는 그 물건에 대해 댓가를 지불하지만 無形의 것에 대해서는 무료라고 생각하는 경향이 짙다. 이러한 경향성은 畫像情報를 이용하는 情報通信시스템, 예컨대 비디오텍스를 통한 在宅쇼핑, 在宅豫約 등과 같은 새로운 서비스에 대해서도 나타날 수 있다. 이러한 측면에서 보면 실제 이용자들이 서비스시스템의 利用料金에 대해 어떻게 생각하고 있는지를 事前에 把握해 보는 것이 매우 중요하다.

〈表 16〉 새로운 서비스의 活用期待

(단위: %)

意見 서비스	費用이 싸면 利用해 보고싶다	비싸더라도 利用해 보고싶다	費用이 싸도 利用하지 않겠다	잘모르겠다 또는 無應答	全體
在宅豫約	43.0	17.8	14.6	24.6	100.0
在宅檢診	31.9	31.3	13.6	23.3	100.0
在宅쇼핑	43.0	15.9	23.8	17.3	100.0
在宅銀行	38.2	24.7	11.1	26.0	100.0

〈表16〉에서는 새로운 서비스를 活用해 볼 의도를 費用과 고려해서 물어 보았을 때 응답자의 比率을 나타낸 것이다.

표에서 나타난 바를 보면 “費用이 싸도 이

용하지 않겠다”를 제외한 응답자를 潛在的需要라고 가정할 때 그 順位는 在宅銀行(88.9%), 在宅檢診(86.4%), 在宅豫約(85.4%) 在宅쇼핑(76.2%)의 순서이다. 또한 積極的

需要라고 할 수 있는 “費用이 비싸도 이용해 보고 싶다”는 在宅檢診이 31.3%, 在宅銀行 24.7%로서 상당히 呼應이 높고 특히 醫療面에서의 기대와 관심이 크다.

그러나 在宅쇼핑의 경우 23.8%가 “싸다 해도 이용하지 않겠다”는 否定的인 반응을 보이고 있다. 이러한 반응을 보이는 가장 중요한 이유는 (1) 표준화된 쇼핑 제도의 不在로 인해 信賴性을 보장할 수 없고, (2) 손쉽게 어느 곳에서나 薙리이 가능하고, (3) 시각적 욕구 충족 (Eye Shopping)이 곤란하고, (4) 쇼핑이 타인과의 接觸機回를 제공하기 때문이라고 생

각할 수 있다. 따라서 앞으로 在宅쇼핑이 실현되더라도 그 범위는 日常用品이나 低價의 상품, 標準화된 상품이 우선되어야 할 것이다. 이중 在宅銀行 서비스에 대하여는 統計的 檢증결과 性別에 따른 차이가 있었다.

<表 17>에서와 같이 費用面에서 “비싸도 이용하고 싶다”는 의견은 여자의 경우 29.9%, 남자는 22.2%로 여자가 다소 높게 나왔다.

그러나 “싸도 이용하지 않겠다”는 否定的인 의견에 대해서는 남자가 여자보다 9.8%의 응답율이 높은 것으로 나타나 있다. 따

<表 17> 在宅銀行에 대한 性別差異

意見 性別	싸도 利用 않겠다	잘모르겠다	싸다면利用	비싸도利用	全 體
男	43 (17.1)	46 (18.3)	107 (42.5)	56 (22.2)	252 (100.0)
女	25 (7.3)	70 (21.8)	130 (40.5)	96 (29.9)	321 (100.0)

$$X^2 = 15.02, df = 4, P < .005$$

라서 在宅銀行의 경우 여자들은 보다 積極的으로 이용하려고 하며 남자의 경우는 消極的인 자세를 가지고 있다고 하겠다. 여성의 경우 “비싸도 이용하고 싶다”는 이유는 現金을 가지고 다님으로써 발생할지도 모를 여러 가지 재해에 대한 위험부담을 경감시킬 수 있기 때문에, 소요되는 費用을 감수하고라도 利用해 보고 싶다는 의견을 나타내는 것으로 보인다.

이러한 결과는 새로운 서비스를 利用함에 있어 우선 서비스利用費用이 큰 요인이 될 수 있을 뿐 아니라 社會·文化的인 요인이 또한

커다란 要因이 됨을 지적하고 있다.

## VI. 結 論

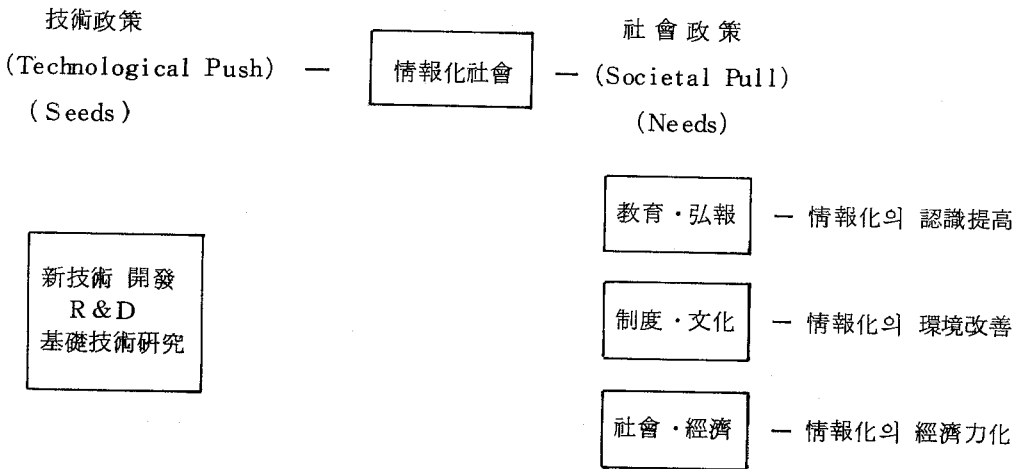
本稿에서는 우리나라 情報化過程을 먼저 實證的으로 파악한 후 情報化에 대한 個人의 態도와 認識을 調査하고 社會의 情報化에 고려되어야 할 제한요인들을 알아보았다. 情報化의 進展에 영향을 미치는 요소로서 우선 情報化의 認識과 態度, 社會慣習, 經濟的費用 등

을 들었으며 이러한 요인들은 앞으로 情報化社會를 추구하는데 있어 고려되어야 할 것이다.

다가올 情報化社會에서는 通信媒體가 情報傳達의 중심을 이루게 되므로 通信媒體 이용에 대한 效率의 通信政策을 設定하기 위해서는 通信媒體 및 情報의 利用實態에 대한 연구로서 生活慣習의 實態와 그 변화에 대한 體系의인 調査가 實施되어야 할 것이며 또한 우리 실생활속에서 通信媒體의 이용을 促進 또는

阻害하는 要因들이 무엇인가를 밝히는 것도 후속되어야 할 研究課題이다. <表 18> 에서 제시한 바와 같이 情報化社會 進전을 위한 政策은 技術的推進力(Technological Push) 과 社會的, 制度的牽引力(Societal Pull) 이 함께 존재해야 하며 情報化의 原因的 要因(Seeds : 즉 技術)과 欲求의 要因(Needs : 즉 社會的欲求)이 함께 성장되어야 한다. 따라서 情報化에는 技術政策과 社會政策이 並行되어야 할 것으로 생각된다.

<表 18> 情報化의 推進



參 考 文 獻

다니엘·벨, 이동만(역), 「情報化社會의 社會的構造」, 서울: 도서출판 한울, 1985.

앨빈 토플러, 유재천(역), 「제3의 물결」 서울: 문화서적, 1981.

존 나이스비트, 한국경제신문 외신부(역), 「대변혁의 물결」, 서울: 동광출판사, 1985.

시몬노라, 앨런밍크, 진용옥(역), 「사회적 정보화」, 서울: 통신정책연구소, 1985.

Ito, Y., "The Johoka Shakai Approach to the Study of Communication in Japan", Wilhoit, G. C. &



- Bock, H. ( eds ), Mass Communication Review Yearbook Vol.2, CA : Sage, 1981.
- Jones, Edward E. and Gerald, Herald B., Foundations of Social psychology, N.Y. : John Wiley & Sons, INC., 1968.
- Machlup, F., The Production and Distribution of Knowledge in the United States, Princeton University Press, 1962.
- Porat, M.U., The Information Economy, 1976.
- Shaw, D.L. & M. E. McCombs (eds), The Emergence of American Political Issue : The Agenda-setting Function of the Press, NY : West, 1977.
- Unesao, Tadao. " Joho Sangyo Ron ( On Information Industries ) ", Tokyo : Hoso Asahi, January, 1963.