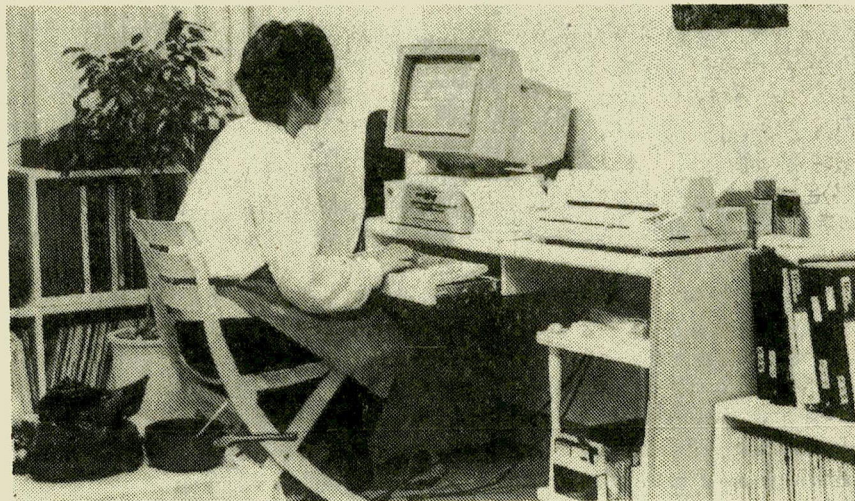


요리·육아상식도 PC통신으로 척척 '주부사랑' 가정정보 인기

하이텔, 음식차림표·출산육아 다양한 도움자료 제공



먹고 싶은 요리에 필요한 재료, 조리방법까지 상세히 알려주는 피시통신 프로그램이 서비스되고 있어 인기가 높다.

“오늘 저녁엔 어떤 요리를 해 먹을까?”
“뭐 맛있는 거 없을까?”
까니 때마다 가장 큰 걱정거리인 메뉴결정도 이젠 컴퓨터가 척척 알아서 해결해주게 됐다. 한국PC통신 하이텔이 지난 18일부터 서비스하고 있는 ‘주부사랑’은 ‘즐거운 요리’ 난을 마련, 각종 요리정보를 제공해 인기를 끌고 있다.

‘이번 일요일에는 무슨 특별요리를 해 먹을까’ 궁리중인 사람들은 컴퓨터 피시통신 하이텔 ‘주부사랑’으로 일단 들어가보자. ‘주부사랑’ 중 ‘즐거운 요리’ 난을 누르면 화면에 ‘음식 재료를 고르세요’ ‘음식 종류를 고르세요’ ‘음식 조리시간별 조회’ ‘간편한 생활요리 모음’ ‘손님 초대요리’ ‘간편한 아침

식사’ ‘이주일의 추천식단’ 등의 항목이 나타난다.

다시 ‘음식 재료를 고르세요’ 난을 골라 엔터를 치면 육류, 곡류, 야채 등의 항목이 선보인다. 육류로 결정하면 또다시 “소고기로 할까요, 닭고기로 할까요, 돼지고기로 할까요”가 나온다. 소고기를 골라 다시 수십가지의 소고기를 이용한 음식 가운데 하나를 선택하면 각 요리에 필요한 재료를 얼마만큼씩 준비해야 하는지, 어떻게 조리하는지가 상세히 소개된다.

주부층을 주요 대상으로 서비스되는 ‘주부사랑’은 ‘즐거운 요리’외에도 ‘임신·출산·육아’ ‘어린이 비디오이야기’ ‘결혼정보’ 등 각종 가정생활에 필요한 다양한 정보를 제

공하고 있다. ‘임신·출산·육아’ 난에는 신생아, 생후 1~12개월, 생후 1~5살로 나뉜 육아정보를 제공해 각 연령대에 맞춰 유용하게 활용할 수 있게 했으며 ‘아기가 아플 때’ ‘무엇을 먹일까?’ ‘장난감은 이렇게’ ‘아기에게 맞는 그림책’ ‘우리 아기 어디에 맡길까?’ 난까지 마련해 육아정보가 부족한 젊은 부부들에게 도움을 주고 있다.

아기를 어디에 맡길지 고민인 맞벌이부

부들은 ‘우리 아기 어디에 맡길까’ 난을 누르면 동네에서 가까운 놀이방을 소개해준다.

한편 ‘주부사랑’은 앞으로 경제자립을 원하는 여성들에게 필요한 정보를 소개하는 ‘소자본경영’과 여성권익을 위해 일하는 여성단체들의 최근 활동을 신속, 정확하게 소개하는 ‘여성단체정보’도 이른 시일 안에 제공할 계획이다.

21세기 전자시대가 시작되면 주부들은 더 이상 장바구니를 들고 콩나물과 두부를 사러 판매대 앞을 이리저리 돌아다니지 않아도 된다. 슈퍼마켓, 사무실, 은행 등 직접 나가지 않아도 집에서 홈 컴퓨터로 일을 볼 수 있다.

이미 통신판매는 우리의 생활 깊숙히 파고 들었고 전화요금 1백원만 내면 집에서 물건을 받아볼 수 있다. 시간과 노력 소모를 할 필요가 없다. 비디오텍스 서비스를 받도록 회원이 되면 구매한 물건의 셈은 은행의 자기 계좌에서 자동 결제된다. 이미 한국 PC 서비스는 도서구입을 컴퓨터로 주문받기 시작했고 몇 개의 은행이 가입되어 컴퓨터 결제도 시작했다. 지금 속도로 계속된다면 곧 홈 쇼핑은 일반화될 것이다.

처음에는 신선도와 관계없는 제품들, 예를 들면 의복이라든가 가구, 내구재 등이 주 거래 품목이 되겠지만 집집마다 PC가 마련되면 지역단위 또는 슈퍼마켓마다 자동결제와 주문 방식을 도입할 수 있을 것이다. 컴퓨터로 주문하기 위해서는 취급 품목이 고유번호를 가져야 하므로 슈퍼마켓 연합회에서 몇 차례의 회의를 거쳐 공통 번호 부여하는 작업을 시행하게 되겠다. 프로그램 이름은 “장바구니”가 되겠다. 명령어는 “장바구니를 열어라.”

물론 컴퓨터 이용을 싫어하거나 할 수 없는 사람들을 위해 여전히 상설 판매장은 있어야 한다. 컴퓨터만을 보고 물건을 고르기 때문에 물건이 신선하지 않다는 평이 한 번만 들면 다시

미리 보는 미래, 미래여성 ④ - “장바구니를 열어라”

93.1.29

집집마다 비치된 PC로 홈쇼핑 일반화

이은숙/〈포럼 21〉 편집장



는 그 거래장은 이용하지 않게 될 것이므로 슈퍼마켓 측에서는 좋은 품질의 유지에 항상 신경을 써야 할 것이다.

홈 쇼핑이 성장함에 따라 유통업계에서는 패키지 배달업이 많이 등장하여 생산자와 도매업자를 직접 연결해 줄 것이다. 그러나 곳곳의 소매점들은 코 문은 동전을 들고 오는 어린 손님만이 있게 될 것이므로 운영에 타격을 받을 것이다. 따라서 곳곳에 문 닫는 중소 규모의 가게가 많이 생기고 그 대신 첨단 시설을 갖춘 대형

슈퍼마켓이 들어서게 될 것이다. 어떤 곳에서는 비싼 지가 때문에 주문만 전문으로 받고 일반 판매를 하지 않는 배달업체가 생길 것이다. 신선도 유지가 필요한 물건을 배달할 때 받을 사람이 없거나 제 시간을 맞추기 힘든 취급 주부들을 위하여 새로운 우체통이 생겨날 것이다. 구입한 물건을 넣어둘 수 있는 소형 냉장고가 우체통처럼 만들어져서 그 곳에 물건을 넣고 잠그면 전용카드로 문을 열 수 있도록 만들어질 것이다.

한편 제품정보만 전달하는 전자통신업(telecommunication)도 크게 성장할 것이다. 정보를 전문으로 취급하는 대리업체가 등장하여 우리의 PC를 통해 상품에 관한 정확한 지식을 전달해 주기 때문에 사람들은 물건을 팔기 위해 준비된 광고를 단지 재미로만 보게 될 것이다. 그러므로 더 이상 TV를 통해 상품정보를

▼가정의 쇼핑 네트워크에 등장한 보석 판매 〈홈쇼핑 네트워크 1992〉



TV에서는 상업광고가 사라지거나 냉대를 받을 것이다.

방송국 측에서는 차선책으로 광고가 나올 시간에 광고를 볼 것인지 다른 소식을 원하는지 시청자들에게 선택을 하라고 할 것이다. 주말드라마의 중간, 광고가 나갈 시간에 피지 주문 번호를 내보내든지 밤 오락쇼의 프로그램을 내보내든지 방법을 강구하게 될 것이다. 이를 매체와의 상호작용이라고 하는데 컴퓨터가 인간의 소외감과 고독감을 가중시킨다는 우려에 따라 앞으로 많은 컴퓨터기기들은 상호작용하도록 설계될 것이다.

홈쇼핑이 일반화되면 매일 음식 장만을 하려는 남녀는 이제 이 말과 익숙해질 것이다.

“지금 장바구니를 여시겠습니까?”