

ON 세상이 다가온다.

매트릭스에는 2가지 세상이 있다. 진짜 현실 세상과 매트릭스 속의 가상 세상이 그것이다. 현실에서 진짜 같은 가상의 매트릭스 세계로 들어가기 위해서는 네트워크에 'ON'해야 한다. 온월드에서는 생각하고 꿈꾸는 모든 것을 이룰 수 있다. 하늘을 날고 총알을 피하며 처음 본 비행기도 조정할 수 있다. 나를 위해 존재하는 매트릭스같은 온월드에 대한 관심이 뜨겁다.

ON World를 쟁취하기 위한 쟁탈전

인터넷에 연결되지 않은 컴퓨터를 상상할 수 없다. 휴대폰도 항상 통화 대기 위해 통신에 연결되어 있어야 한다. 네트워크에 연결된 컴퓨터와 휴대폰은 다양한 콘텐츠와 서비스를 만날 수 있게 해준다. 특히 휴대폰의 경우 주인의 신분과 상황에 적절한 맞춤형 콘텐츠를 제공하는 똑똑한 지능을 갖추고 있기까지 하다. 실제 SK텔레콤에서는 지난 4월20일 개인 맞춤형 서비스인 1mm(일мили)를 본격 상용화했다. 이 서비스는 휴대폰 사용자의 축적된 고객 데이터를 바탕으로 사용자에게 필요한 서비스를 적절하게 제공해준다. 휴대폰에서 제공되는 캐릭터와 대화를 할 수 있고 이러한 커뮤니케이션 기반으로 사용자가 필요로 하는 콘텐츠를 시기적절하게 제공한다.

완전한 ON World 시대는 아직 도래하지 않았다. 하지만 이러한 세상에 대한 관심은 뜨겁기만 하다. 무선랜에 이어 휴대 인터넷(WiBro)이 보급되면서 디지털 기기의 네트워크 연결은 필수적인 요구사항이 되었다. 컴퓨터, 휴대폰에 이어 PDA와 PMP, MP3P 등의 디지털 기기도 네트워크에 연결되는 날이 멀지 않았다. ON World에 대한 관심은 이렇게 하드웨어 제조업체(가전기기, 컴퓨터, 정보 단말기 제조업체)에서만 관심을 갖는 것은 아니다.

통신 인프라를 제공하는 통신업체에서도 보다 다양한 접속방법과 연결의 편의성을 제공하며 ON World를 사용자에게 선사하려 하고 있다. 특히 통신업체는 인프라 제공과 함께 콘텐츠 제공도 함께 구상하고 있다. LG텔레콤은 작년 11월에 뮤직온이라는 음악 콘텐츠 서비스를 제공하고 있으며 올해는 게임온, 티켓온 등을 순차적으로 제공할 예정이다. 또 SK텔레콤은 인스턴트 메신저 서비스인 네이트온을 2003년 1월부터 제공하면서 작년 12월에는 멜론이라는 음악 서비스를 제공하고 있다. 이렇게 온 서비스에 대한 뜨거운 관심과 준비를 하고 있는 것이다.

또한 소프트웨어 업체와 순수 인터넷 사업체에서도 ON World의 중심 사업체가 되기 위한 투자와 연구의 고삐를 늦추지 않고 있다. 이미 컴퓨터와 유선 인터넷 세상의 중심으로서 자리를 공고히한 포털 사이트 사업체들은 진정한 ON World에서의 중심이

되기 위해 개인 맞춤형 콘텐츠 서비스 연구와 다양한 네트워크 접속유형과 각종 단말기에 따른 콘텐츠 제공 방식에 대한 개발에 심혈을 기울이고 있다.

ON World는 나를 중심으로 시작된다.

ON World의 핵심은 바로 '나'이다. 메신저, 미니홈피, 블로그 등을 중심으로 인터넷 서비스가 재편되면서 사용자 중심의 맞춤형 서비스가 가속화되고 있다. 내가 중심에 있고 나를 대변해주는 다양한 디지털 기기(컴퓨터, 휴대폰, PDA, 디지털카메라, MP3P 등)가 ON World에 연결되어 내게 맞는 콘텐츠와 서비스를 제공하는 도구가 될 것이다. 내가 필요로 하는 정보와 자료 그리고 서비스가 적절한 시간에 적절한 기기로 적절한 장소에서 적절한 방법으로 제공될 것이다.

그러한 ON World는 언제 어디서나 네트워크 상에서 서비스를 제공받을 수 있는 유비쿼터스 세상이기도 하고 다양한 사람, 사물, 콘텐츠와 유기적으로 연계된 소셜네트워크를 제공할 것이다.