

웹2.0 패러다임과 의미

조 산 구 | KTH

Web2.0 표준화 및 서비스 특집

➔ 웹2.0 패러다임과 의미
웹2.0 서비스 및 비즈니스 현황
웹2.0의 기술 트렌드
웹2.0 관련 핵심 표준화 이슈
모바일 웹2.0과 모바일OK 표준화
웹2.0과 IPTV 서비스

‘웹2.0’이 IT는 물론 산업계 전반에 걸쳐 새로운 패러다임으로 주목받고 있다. 인터넷이 우리 생활에 미치는 영향은 두말할 나위없이 중요함을 알고 있지만, 웹(Web)을 이야기하면 그것은 IT 전문가나 개발자들의 전문 용어로 생각하는 사람들이 더러 있다. 하지만 웹은 인터넷을 가능하게 해준 패러다임의 근간이며, 초기 진화와 버블을 거쳐 이제 2.0으로 새롭게 거듭나고 있는 변화의 원동력이다.

최근 웹2.0을 통해 웹의 중요성이 재인식되면서 웹은 인류에게 있어 제2의 기술혁명이라고 할만큼 큰 변화를 몰고 왔다. 즉, 불의 사용이 인류문명을 일으키는 중요한 도구였었다면 정보화시대에 있어 웹은 개개인에게 무한한 정보수집과 다양한 역할을 할 수 있는 기회를 제공함으로써 제2의 불이라고 할 수 있을만큼 인류에게 새로운 발전의 전기를 제공하고 있다.

웹2.0의 핵심적 차별화 요소는 정보 소비의 주체로만 여겼던 다수 이용자가 정보 생성의 참여자로 자기 목소리를 내기 시작했다는 점을 들 수 있다. 기존 웹에서 다양하고 질 좋은 정보를 얻는데 만족했던 이용자들이 적

극적으로 의견을 제시하고 다른 사람과 연계해 전문가 수준의 영향력을 갖게 된 것은 분명 패러다임의 변화를 말해주는 것이다. 위키피디아처럼 이용자 참여를 통해 웹이 지상 최고의 온라인도서관으로 가치를 제공하고 또 웹은 누구라도 해리포터 같은 책을 출판할 수 있도록 도와주며, 블로그를 통해 1인 미디어 기자가 될 수도, 방송국 PD나, 아나운서로도 활동할 수 있도록 참여의 기회를 열어두고 있다.

웹2.0은 그동안 지속적으로 발전을 거듭해온 웹의 중요성, 혁신성 및 잠재력을 총칭하는 화두와 같은 것으로 이해하는 것이 옳다. 웹2.0은 최근 달라진 웹 환경과 혁신적 개념을 이전과 구별하기 위해 만들어진 용어다. 하루가 다르게 새로운 서비스가 소개되고 있는 웹에 대한 재인식과 미래에 미칠 영향을 예견해 보기 위한 창이라고 볼 수 있다. 즉, 벽에 걸린 정지된 스냅샷이라기 보다는 하루가 다르게 혁신하는 웹에 대한 통찰을 위한 창과 같은 것이다. 웹2.0은 우리도 잘 모르는 사이에 현재의 우리 삶에 이미 와있는 미래의 모습을 보여주고 있는 것이다. 사용자로의 힘의 이동으로 특징지어지는 웹2.0은

사회적, 경제적, 문화적으로 우리의 삶 구석 구석에 큰 파장을 일으키기 시작했다.

전세계적으로 웹2.0에 대한 관심은 여러 곳에서 감지되고 있는데, 특히 Web2.0의 화두를 세상에 널리 알린 미국 오라일리(O'Reilly)사의 주요 행사를 통해 기술과 산업에 대한 전세계의 관심을 엿볼 수 있다. 지난 2006년 11월과 올해 4월 美 샌프란시스코에서 열린 웹2.0 서밋(Web2.0 Summit)과 웹2.0 엑스포(Web2.0 Expo)는 그 열기와 전세계 관심을 한 눈에 볼 수 있는 자리였다. 특히 웹2.0서밋은 '파괴적 혁신과 기회: Disruption & Opportunity'라는 주제로 전세계 인터넷 산업 리더 6,000여 명이 참석을 희망하였지만, 구글의 CEO 에릭 슈미트, 인터넷의 아버지로 불리는 빈트 서프를 포함, 약 1000여 명만이 제한적으로 참여할 수밖에 없을 만큼 최초의 예상을 뛰어넘는 흥행을 거두었다. 또 2007년 봄에 열린 웹2.0 엑스포는 "web2.0 is here"라는 주제로 좀 더 많은 사람들을 위한 열린 행사로 진행되었다. 전세계 약 1만 6천여 명이 참석해 웹2.0에 대한 다양한 주제에 대해 토론하고 정보를 교환함은 물론 앞으로 웹2.0이 나아갈 방향에 대해서도 진지하게 논의하는 자리였다. 이와 같이 제2의 기술혁명, 패러다임의 변화라 할만큼 웹2.0에 대한 관심은 미국과 유럽을 넘어 전세계적으로 확산되고 있다. 우리나라의 경우는 그동안 웹2.0에 대한 관심이 상대적으로 크지 않았던 것이 사실이나 최근 들어 정치, 경제, 사회, 문화적으로 웹2.0에 대한 담론이 활발하게 전개되고 있다.

그렇다면 웹2.0은 현 단계에서 어떤 변화와 패러다임의 전환을 요구하고 있는 것일까? 인터넷 버블이 꺼지는 상황에서도 여전히 성장세를 이어가고 있는 선두 기업들을 옹호하기 위한 것일까, 미래 등장할 인터넷 기술과 산업을 옹호하기 위한 전략적 선택인가, 웹2.0 패러다임의 변화를 살펴보자.

웹2.0 패러다임 변화를 살펴보기 위해 본 글에서는 첫 번째, 사용자 참여에 의한 가치 확대와 이에 따른 권한 이동, 힘의 분산 이동을 설명할 것이다. 그리고 두 번째로, 사용자들의 참여와 연계를 위한 소셜 컴퓨팅의 등장, 세 번째로는 동영상 UGC의 중요성과 개인들이 연계한 새로운 퍼스널 미디어의 탄생과 영향력, 네 번째로는 웹이 기술 그 이상을 말해준다는 의미의 '플랫폼으로서의 웹'을 살펴볼 것이며, 다섯 번째로, 민주화와 자유

화를 대변하는 롱테일 현상, 여섯 번째로 다양한 분야에서 빠르게 일어나는 혁신에 대해서, 그리고 마지막으로, 비즈니스 관점에서 웹2.0의 활용이 증가되고 있다는 점과 수익모델로 주목받고 있는 광고를 살펴볼 것이다. 또 이 이외에도 비디오, 세컨드라이프 및 모바일 등 최근 주목 받는 이슈들에 대해서 간단히 소개하기로 한다.

우선, 웹2.0의 가장 두드러진 특징은 사용자에게로의 힘의 이동이다. 사용자 개개인은 웹을 통해서 어떤 정보든 얻을 수 있고 기존에는 불가능했던 일들이 웹을 통해서 가능하게 되었다. 그림 1에서 보는 것처럼 웹2.0 시대에는 사용자들이 초기의 정보 소비 위주에서 차츰 의견을 개진하고 다양한 콘텐츠를 생성하는 적극적이고 능동적으로 참여하기에 이르렀다. 즉, 사용자들이 'Read Only'에서 'Read and Write'로 바뀌면서 웹의 환경을 근본적으로 바꾸게 된 것이다. 더욱이 사용자들이 소셜네트워크로 대표되는 다양한 소셜 서비스를 통해 상호 연계됨으로써 더 많은 정보와 지식을 생성하고 공개하며, 교환함으로써 네트워크 효과에 의한 가치 확대와 함께 집단지성이 가능하게 됨에 따라 사용자 힘이 더욱 커지고 있다. 사용자들의 참여를 통한 집단지성의 활용이 초기에 소셜 쇼핑(Amazon)이나 소셜 백과사전(wikipedia) 및 소셜 북마킹(De.licio.us)에서 검색과 미디어 등으로 확대 적용되고 있는 추세를 보면 알 수 있다. 이러한 현상을 반영하여 타입지는 지난해 2006, 올해의 인물로 사용자를 뜻하는 'You'를 정하고 사용자 중심의 사회를 예견했으며, 포스트모더니즘 이후 'The You Age'가 도래했다고 각 언론들은 개인화의 중요성을 역설했다.

이와 같이 웹2.0의 핵심이 사용자라는 측면에서 "web2.0 is people"라고 정의하기도 하는데, 사용자가 중요하고 사용자 간의 연계가 중요해짐에 따라 사람 중심의 서비스와 사람들을 유기적으로 잘 연계하고 참여할 수 있도록 해줄 수 있는 새로운 플랫폼으로 소셜 컴퓨팅이 주목받고 있다. 새로운 소셜 컴퓨팅을 바탕으로 좀 더 많은 사람들이 웹을 통해 적극적으로 참여함으로써 더욱 유용한 정보가 생성되고 이는 또 다시 좀 더 많은 사람들이 웹을 사용하는 동인을 만들어 선순환적인 생태계를 빠르고 형성하고 있다.

사용자 참여를 근간으로 하는 서비스가 다양하게 소개되고 있는 가운데 최근에는 동영상 UGC(User

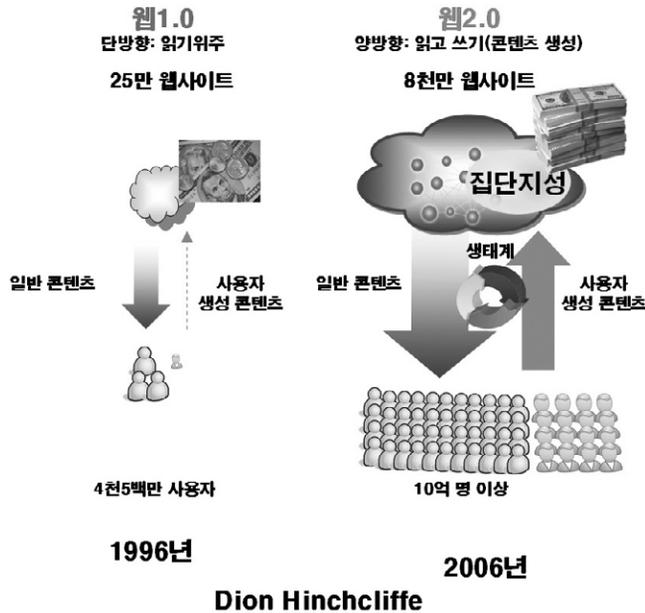


그림 1. 웹2.0의 정의(디온 힌치클리프)

Generated Content: User Created Content를 뜻하는 UCC가 주목받고 있다. UCC는 다양한 형식의 사용자 생성 콘텐츠를 뜻하는 UGC의 한 분야로 사용자가 직접 창의적으로 만든 콘텐츠를 말한다. 그러나 일반적으로 알고 있는 사용자 생성 콘텐츠인 UCC는 창작보다는 생성이라는 관점으로 볼 때 UGC로 표현하는 것이 합당하다. 동영상 UGC의 인기와 잠재력은 유튜브(YouTube)의 급증한 방문자 수와 1조6천 억이란 인수를 통해서 알 수 있다. 동영상 UGC가 인기를 끄는 이유는 기존 미디어에서 제공할 수 없는 신선하면서도 다양한 소재의 콘텐츠를 참여를 통해 제공하기 때문이다. 최근에는 일반사용자 중에 프로에 가까운 능력을 갖춘 프로에 해당하는 프로슈어(Proture)의 활동이 더욱 두드러지기 시작했다.

웹의 등장으로 개인 홈페이지가 가능하게 됨으로써 1인 미디어란 말이 화두가 되고, 블로그와 다양한 서비스에 의해 개인 미디어는 더욱 발전할 뿐 아니라, 이러한 개개인의 정보공간을 연계한 새로운 형태의 미디어가 탄생하고 있다. 최근의 비디오가 인터넷의 주된 미디어 형식이 되면서 이러한 사용자 참여와 연계를 통한 새로운 미디어에 대한 관심이 증폭되고 있다. 기존의 신문사

나 방송국에 버금가는 역할과 영향력을 행사할 수 있는 새로운 소셜미디어, 'We, the Media', 시대가 열리고 있는 것이다.

이미 언급된 사항이지만 전구나 수도처럼 웹 없이 살 수 없는 세상이 되어가고 있다. 그러한 측면에서 웹이 우리 사회의 가장 중요한 인프라 중의 하나라는 측면에서 '플랫폼으로서의 웹'의 의미를 다시금 새겨볼 필요가 있다. 처음에는 기술적인 측면에서 플랫폼으로 접근했는데 웹2.0을 통한 웹에 대한 재인식 과정에서 웹이 서비스, 지식, 사업, 그리고 사람을 연계하는 바탕이 될 뿐만 아니라 정치, 경제, 사회, 문화에 있어 필수 불가결한 요소가 되면서 '플랫폼으로서의 웹'의 의미가 크게 확대되고 있다고 할 수 있다. 최근 웹2.0 엑스포에서는 기술적인 측면과 사회적인 측면에서 웹2.0을 활용한 다양한 사례가 소개되었는데, 가장 두드러진 기술적인 변화로서 모든 프로그램을 웹에서 개발하고 유통시키며 사용할 수 있도록 하는 예라든가, 또 웹을 MS의 윈도우와 같은 운영체제(OS)처럼 사용할 수 있는 플랫폼 서비스들이 대거 등장한 것을 눈여겨 봐야 한다. 사회적 측면에서는 웹2.0을 전세계의 무주택 빈민들을 위해 많은 건축가, 봉사자 및 기부자들을 연계한 'Architecture for

Humanity'로 소개하였는데 플랫폼으로서의 웹이 더욱 더 우리 곁으로 다가오고 있다는 것을 느낄 수 있는 사례이고 또 사회적으로 큰 이슈가 되고 있는 대선에서 주자들이 웹을 중요한 선거운동의 플랫폼으로 어떻게 활용해야 할 것인가와 같은 것도 웹이 정치나 사회 문화적으로 큰 영향을 미치고 있음을 알 수 있는 예이다.

이전에 시간적으로 공간적으로 존재했던 많은 제약이 웹의 출현으로 사라지게 됨에 따라 여러 측면에서 새로운 변화가 일고 있다. Wired 잡지의 편집장인 크리스 앤더슨은 기존의 2:8 파레토 법칙을 대치하는 롱테일 이론을 소개하면서 웹을 통한 새로운 패러다임을 설명하고 있다. 롱테일이 소개될 초기에는 영화를 비치할 수 있는 공간 및 마케팅 자원의 제약 때문에 소수의 타이틀을 집중적으로 판매할 수 밖에 없는 이유로 비치가 가능한 20%(Short Head: 짧은머리)가 전체 매출의 대부분을 차지 할 수 밖에 없었던 것이, 웹을 활용해 주문을 받아 우편으로 보내고 웹을 통한 효과적 광고가 가능함으로써 기존에는 중요하지 않게 여겼던 80%(Longtail: 긴꼬리)가 중요하게 되었다는 것으로 크리스 앤더슨은 롱테일을 소개하였다. 그러한 롱테일 현상이 이제는 다양한 분야에서 일어나고 있는 변화를 설명하는데 적용되고 있다.

롱테일을 제일 잘 활용한 기업으로 많은 이들이 구글을 손꼽는다. 왜냐하면, 구글은 일부 제한된 기업만이 광고를 하고 일부 제한된 미디어만 광고 사업을 할 수 있다고 생각한 것을 검색서비스의 강점을 바탕으로 누구나 전세계를 대상으로 광고를 하고 블로그만 있으면 누구나 광고를 유치할 수 있도록 함으로써 오늘날과 같은 위상을 얻게 되었다. 구글의 광고는 사용자의 역할을 광고주로 그리고 미디어로 확대시킴으로써 사용자들로 하여금 경제적 측면에서의 참여동기를 부여했다는 측면에서 웹의 선순환적 생태계를 만드는데 큰 역할을 했다. 앞에 설명한 사용자 참여도 롱테일 측면에서 볼 때 기존에는 기자, 작가, 교수 등 일부 계층만이 신문방송을 통해 의견을 낼 수 있었는데 웹의 출현으로 누구나 기자가 되고 작가가 되는 시대가 도래했다. 물론 아직도 기성 Opinion Leader들의 의견이 더욱 주목을 받는 것은 사실이지만 때로는 심지어 초등학교의 글이 세간의 화제가 되기도 한다. 유튜브에 케논을 기타로 연주해서 올린 후에 하루아침에 스타덤에 오른 아마추어 기타리스트의 경우나 동영상 UGC의 부상도 롱테일 현상으로 설명할

수 있다.

이러한 롱테일 현상은 이전에 있었던 제약이 없어지고 언제나 간단하게 다양하고 자세한 정보를 입수할 수 있는 측면, 그리고 하루가 다르게 소개되는 다양한 많은 서비스와 툴들로 인해서 원하는 것은 뭐든 할 수 있는 상황 때문에 시간이 지남에 따라 더욱 주목을 받을 것이다. 즉, 좀 더 많은 사람들이 참여함으로써 꼬리는 더욱 더 길어지고 참여를 통한 결과물을 쉽게 찾을 수 있음으로 해서 꼬리는 더욱 굵어지게 될 것이다. 이는 자연스럽게, 주목을 주로 받는 수가 점차적으로 확대되는 현상으로 이어질 것이다. 지난해에 한 방송국에서 더 이상 10대 가수 선정을 하지 않기로 한 것은 이러한 현상을 대변해주는 좋은 예이다. 롱테일 현상은 궁극적으로 다양한 분야에서의 민주화와 자유화를 이끌어내고 새로운 패러다임을 이끌고 있다는 측면에서, 롱테일을 어떻게 해석하고 활용하느냐는 매우 중요한 비즈니스의 선택이 되고 있다.

웹2.0을 통해서 볼 수 있는 또 다른 패러다임으로 하루가 다르게 선보이는 혁신적인 개념, 서비스 및 사업모델이다. 이러한 혁신은 앞에서 설명한 사용자 참여, 플랫폼으로서의 웹 및 롱테일 현상 등을 고려할 때 필연적인 결과다. 기존에는 일부의 사람들만이 아이디어를 만들고 이를 서비스로, 그리고 사업으로 확장시킬 수 있었던 것이 이제는 그렇게 할 수 있는 사람의 수가 빠른 속도로 증가하고 있다. 사용자 중심의 혁신이 가능한 이유로서, 무료로 제공되는 양질의 다양한 오픈소스 소프트웨어, 구글 지도를 비롯한 많은 응용서비스들의 오픈 API 제공, 필요에 따라 원하는 형태로 재가공이 가능한 정보와 Widget 등을 통해 손쉽게 정보에 접근할 수 있도록 해주는 유연함, 이러한 컴포넌트 등을 새로운 서비스로 변환할 수 있도록 해주는 매쉬업(Mashup) 기술, 그리고 혁신적 서비스를 대규모로 제공하는데 있어 초기 투자비가 필요없는 유틸리티 컴퓨팅의 등장과 저렴한 마케팅 비용 및 바이럴 마케팅의 중요성 대두를 생각할 수 있다.

특히, 최근에 주목 받고 있는 Open API와 데이터를 조합하는 Mashup에 의한 서비스 개발을 주목하자. 가령 IBM이 어느 웹사이트의 데이터나 오픈 API를 활용해서 새로운 서비스를 웹 상에서 조합해 만들 수 있는 플랫폼을 제공하고 있듯이 간단한 마우스 조작 만으로

도 새로운 서비스를 만들 수 있는 플랫폼이 소개되고 있다. 이와 같이 웹에서의 혁신과 이를 통한 사용자의 가치증대가 현재에도 너무나 빠르게 진행되고 있으며, 앞으로 더 좋은 톨의 제공과 더 많은 사람들의 참여를 고려할 때 그 진행이 가속화되어 일어날 것이다. 이런 면에서 웹이 온라인과 오프라인을 아우르는 빠르고 폭넓은 혁신을 몰고 오게 되어 궁극적으로 혁신의 이상적 상태인 '인터넷 싱귤러리티'에 이르게 될 것이라는 마이크로소프트의 게리 플레이크 박사의 주장을 주목해 볼 만 하다.

웹2.0은 온라인뿐만 아니라 오프라인 상에서의 사업에도 큰 변화를 몰고 오고 있다. 앞에서 지적한 것처럼 하루가 다르게 수많은 새로운 회사들이 다양한 새로운 개념의 서비스를 출시하고 있는데, 웹 관련 기술의 발전으로 누구나 쉽게 자기의 생각을 서비스로 사업으로 발전시킬 수 있기 때문이다. 또한, 아주 빠르게 변하는 사업환경에 대처하기 위해서 웹2.0을 도입하여 기업문화를 변화시키기 위한 시도가 적극적으로 이루어지고 있다. 기업에서의 웹2.0 활용은 엔터프라이즈2.0이란 이름으로 추진되고 있다.

이미 구글을 통해서 증명되고 있지만 웹2.0 시대에 가장 두드러지는 수익모델로서 광고를 들 수 있다. 광고가 중요해지는 이면에는 힘있는 사용자들은 서비스 사용에 더 이상 돈을 지불하지 않아도 되는 상황과 지속적인 서비스 제공을 위한 수익창출을 가능하게 해주는 유일한 모델이 광고이기 때문이다. 기존의 일방적인 매스 미디어에서의 일반 광고와는 달리 웹2.0 시대에는 사용자에게 맞춤형 광고를 제공함으로써 광고가 더 이상 광고가 아닌 정보가 되어가고 있다. 또한, CPA(Cost Per Action)라는 광고 개념은 물건이 팔려서 수익이 낸 후에 광고비를 지불하는 개념으로 초기 투자비도 없이 누구나 사업을 할 수 있게 됨으로써 사업장이 없이도 사업을 할 수 있는 시대를 예고하는 것이다. 따라서, CPA 모델의 광고사업이 성공을 한다면 자본 없이도 사업을 할 수 있는 환경이 되기 때문에 사업의 패러다임을 다시 한번 바꾸는 계기가 될 것이다.

이와 같이 광고에 대한 개념이 바뀌고 새로운 미디어의 출현 등으로 앞으로 광고시장은 웹의 중요성만큼이나 급속도로 성장할 것으로 예견되는데 최근 구글과 마이크로소프트가 유수의 광고회사들을 3조에서 6조에 이

르는 거금을 들여 M&A 하는 배경을 보면 그 중요성을 짐작할 수 있다.

앞에서 살펴본 것처럼 웹2.0의 패러다임과 의미를 사용자의 부상과 사업 측면에 이르기까지 일곱 가지 측면에서 살펴봤는데, 그 외에도 서비스의 분화, 새로운 가치와 세계의 출현, 비디오 시대로의 전환, HSDPA와 휴대인터넷(WiBro)의 등장 등도 주목해볼 사항이다.

개인에게 힘이 분산이동 되는 것과 상호 연계되는 것으로 콘텐츠와 프로그램 그리고 서비스 및 사업이 빠르게 분화되고 분화된 개체들이 연계되는 현상을 살펴보자. 웹 상에 콘텐츠가 많지 않았을 때에는 야후의 디렉토리 서비스가 아주 좋은 서비스였던 것이 콘텐츠가 많아짐에 따라 구글의 간단한 검색이 가장 핵심이 되었고 이제는 검색의 중요성 만큼이나 다양한 정보와 서비스 등을 어떻게 묶어서 제공하느냐가 전체 정보를 갖고 있는 것보다도 중요해지는 전환점에 이르렀다. 따라서, 인터넷 사업의 꽃으로, 서비스의 종착지로 여겨졌던 포털의 강점이 줄고 오히려 특화된 서비스를 제공하는 버티컬 포털(버털) 또는 분화된 마이크로 콘텐츠를 유기적으로 조합하고 다양하게 연계한 서비스가 힘을 얻을 것으로 예견된다. 이제는 사람이 모든 것의 핵심 축이 되고 서비스들은 사람들을 유기적이고 시기 적절하게 연계해주는 매개체로서의 기능을 할 것이다.

웹2.0의 또 다른 현상으로 아바타나 세컨드라이프와 같은 새로운 가상세계와 메타버스 등이 새로운 가치로서 부상하고 있다. 이전에는 생각할 수 없는 새로운 즐거움이자, 새로운 경제가 등장하고 있는 것이다. 최근에, 세컨드라이프가 관심의 초점이 되고 있는데 세컨드라이프에서는 단순한 오락의 범위를 넘어서서 일상의 삶이 사이버 공간을 통해 그대로 재현되고 있다.

디카와 폰카의 일반화가 근간이 되어 보급과 수백 년 동안 이어온 문자의 시대가 이미지 시대를 거쳐 비디오 시대로 급속도로 변화되고 있다는 증거다. 이미 인터넷 트래픽에서 비디오 데이터가 차지하는 비중이 60%를 넘어선지가 오래다. YouTube의 부상과 최근에는 Joost에 대한 관심이 높아지면서 기존 TV 서비스와 온라인 비디오에 대한 근본적 개념이 크게 바뀌고 있다. 특히, IPTV에 대한 공방이 한창인 시점에서 하나로TV 가입자의 증가와 한 시간 무료시청에 일본 광고를 표방하는 Joost는 우리에게 많은 교훈을 주고 있다. 개개인

이 광대역 네트워크 접속이 가능한 상황에서 TV는 이제 인터넷 응용서비스의 하나로 자리매김하게 될 것으로 전망된다.

KTF가 '쇼'란 브랜드로 전국적인 HSDPA 서비스를 제공하고 있고 KT의 와이브로가 지난 4월에 공식적인 상용서비스에 들어가게 되었는데 이는 모바일 웹에 있어 의미하는 바가 매우 크다. 즉, 온라인과 오프라인에서의 실생활 간에는 늘 물리적인 거리가 항상 존재했다. 언제 어디서나 생활 속에서 웹을 접속하기가 매우 힘들었는데 고속인 모바일 인터넷 서비스가 소개되면서 온라인과 오프라인의 갭을 좁힐 수 있게 된 것이다. 기존 CDMA에서도 웹 접속이 가능했지만 사용요금과 기능측면에서 매우 불편해서 활성화되지 못했었다. 고속 모바일 인터넷은 사용요금이 상대적으로 저렴하고 전송속도도 매우 향상되었다. 특히 와이브로는 공개된 순수한 IP 망이라는 측면과 많은 사람들이 동시에 고속으로 업로드할 수 있다는 측면에서 웹2.0과 모바일이 결합된 모바일2.0 플랫폼으로 세계 유일한 인프라를 대한민국이 앞서서 갖췄다고 할 수 있다. 모바일2.0은 웹2.0이 가져오는 혁신을 모바일 환경으로 확장하는 것으로 다양하고 새로운 기회를 제공해 줄 것이다.

이상으로 다양한 측면에서 웹2.0이 몰고 오고 있는 패러다임에 대해서 알아봤다. 웹2.0이 우리에게 가져올 변화는 짐작하기 어려울 정도다. 사회적으로 계층화된 사회구조가 무너지고 개인에게 힘이 분산되어 가고 있으며, 개개인은 다시 끊임없는 네트워크로 연결되어 쌍방향 상호작용을 통해서 사회가 돌아가는 현상까지 바꾸어놓고 있다. 이는 하나의 예에 지나지 않는 것으로 웹2.0은 다양한 분야에 있어 근본적인 변화를 불러 일으키고 있다.

우리나라는 세계 최고인 네트워크 인프라와 인터넷 보급률을 자랑하고 있고 그 어느 나라보다도 빠르게 다양한 개념의 인터넷 서비스가 제공되고 있지만, 웹2.0 시대의 사용자 중심 서비스 측면과 사업화라는 측면에서는 아직 초기 단계라고 할 수 있을 것이다. 이제는 'You'가 언제나 접속이 가능하다는 유비쿼터스를 뜻하는 'U'가 아니라 사용자를 뜻하는 You로 바뀌어져야 한다. 또한 본질적으로 열린 공간에서 출발한 인터넷이 중앙집중화로, 폐쇄적이라 할 수 있는 포털 쏠림 현상을 맞는 것을 보면서 새로운 변화 측면에서나 신생 기업들의 출현을 통한 혁신적인 서비스 소개라는 측면에서도 한국 인터넷의 발전을 위해서는 웹2.0의 가치는 매우 소중하다 할 수 있다. 이제 웹2.0은 한국을 비롯한 많은 국가에서 포털 집중식 정보이용 과정을 사용자 개개인으로 가치중심을 변화시키고 있다. 최근 들어 웹2.0에 대한 관심이 고조되고 대중적 인식이 확산되기 시작한 것은 매우 다행스러운 현상이라 할 수 있으며, 점차적으로 웹2.0에 대한 인식확산은 변화와 혁신을 가속화시키기 위한 시대의 밑거름이 될 것이다.

급속한 변화는 항상 기회와 위기를 동반하는데 웹2.0에 대한 관심으로 변화를 읽고 대비하느냐 못하느냐에 따라 개인과 조직의 미래가 달려 있을 것이다. 웹2.0이 기술적 차원을 넘어 사용자 중심으로의 세기적 패러다임 이동을 주문하면서 앞으로 우리의 생활, 사회구조, 가치체계뿐만 아니라 경제 및 문화현상 전반에 걸쳐 의미 있는 후폭풍을 불러일으킬 것으로 예상된다. 웹2.0에 대한 통찰은 자기 자신에 대한 2.0 뿐만 아니라, 가족 구성원 간의 2.0, 회사에서의 2.0, 더 나아가 한국과 전지구적 차원의 2.0으로 범위와 분야를 확대해 나갔으면 하는 바람이다. 웹2.0에 대한 전 사회적인 관심이 절실히 필요한 때이다. **TTA**