



윈도98 업그레이드 할까 말까

마이크로소프트(MS)사가 올 가을 내놓을 윈도98은 윈도95와 어떤 점에서 차이가 날까. 만일 어떤 사람의 PC 운영체제가 윈도95에서 윈도98로 몰래 업그레이드 됐다면 그 사람은 이 사실을 얼마나 빨리 알아 차릴까. 꼼꼼히 살펴보지 않는다면 며칠이 걸릴지도 모른다. 표면상으로는 윈도98은 윈도95와 인터넷 익스플로러 4.0을 합친 것과 거의 비슷하다. 그럼에도 불구하고 많이 개선된 것은 사실이다.

윈도 98에서는 수백가지의 새로운 장비를 별도의 프로그램 없이 사용할 수 있고 자체적으로 문제를 해결하는 다양한 진단 프로그램을 내장하고 있다는 점에서 많은 개선이 이루어졌다. 따라서 윈도98로 업그레이드 할 필요성은 충분히 있다. 그

리나 필수적인 것은 아니다. 여기 윈도98로 업그레이드하면 좋아지는 점 몇가지와 업그레이드하지 않아도 되는 이유 몇가지를 소개한다.

● 윈도98로 업그레이드하면 좋아지는 것들

1. '스마트 셋업' 기능이 추가돼 응용 프로그램을 쉽게 설치할 수 있다.
2. 프로그램간의 충돌 가능성이 윈도95에 비해 크게 낮아졌다.
3. '하드 디스크 압축' 기능을 이용해 디스크 스페이스를 절약할 수 있다.
4. 같은 중앙처리장치(CPU)에서 윈도95에 비해 처리속도가 빨라졌다.
5. 종전보다 노트북에서 실행이 잘 된다.
7. PC상에서 인터넷을 이용한 웹 TV 기능을 쉽게 사용할 수 있다.

8. 주변장치를 꽂으면 컴퓨터가 자동인식해 필요한 드라이버를 스스로 설치해주는 '플러그 앤 플레이' 기능이 훨씬 향상됐다.

● 윈도 98로 업그레이드하지 않아도 되는 몇가지 이유

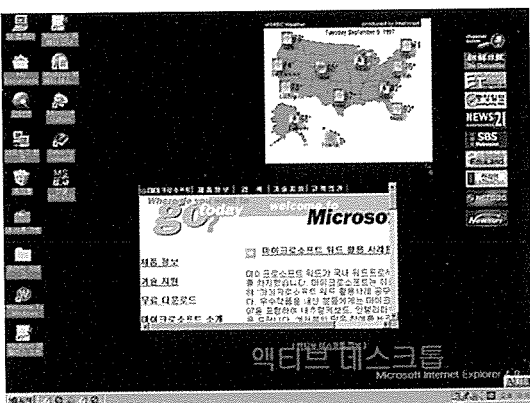
윈도98은 새로 개발된 뒤 3~4년동안의 베타

테스팅을 거친 것이기 때문에 대부분의 사람들은 아마 거의 완벽한 운영체제라고 생각하고 있다. 그러나 사실은 아직 많은 과거의 문제점들을 가지고 있다. 새로이 추가된 기능들은 사용자를 편하게 하기 보다는 골치거리가 될 수도 있다.

1. 윈도98을 처음 설치할 때 경험하게 될 고통은 상상조차 하기 싫다.
2. 네트워크에 연결했을 경우 불안상에 커다란 허점이 있다.
3. 팩스 기능을 사용하려면 윈도95를 계속 쓰는 것이 좋다.
4. 도움말 기능이 전혀 도움이 되지 않는다.
5. 아직 많은 사람들이 익숙한 DOS 기능이 거의 사라졌다.
6. 비디오 드라이버가 없다
7. 백업/리스토어 기능이 제대로 작동되지 않는다.
8. 윈도98은 윈도9X의 최종판으로 다음 버전은 NT에 기반을 둔 제품이 될 것이다. 따라서 굳이 윈도98을 거쳐야 할 필요가 없다.

'밀레니엄 버그' 송사 줄이듯

조만간 전세계는 '밀레니엄 버그'를 둘러싼 소송의 홍수에 휩싸이게 될 전망이다. 흔히 밀레니엄 버그를 컴퓨터들이 2000년을 1900년으로 잘못 인식하는 '간단한 착오'쯤으로

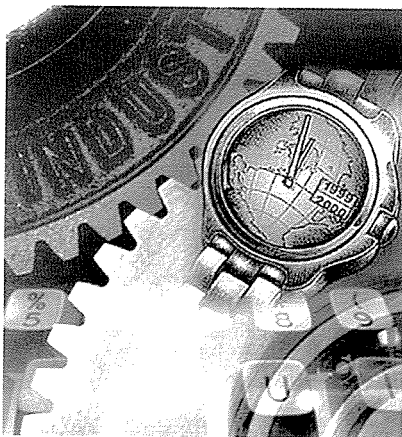


▲ 미국 마이크로소프트(MS)사의 윈도98 실행화면

여기고 안이하게 생각하기 십상이다. 하지만 컴퓨터 업계는 물론 전업종의 모든 기업들이 이로 인해 대형 송사에 휘말릴 가능성이 높다고 미국 워싱턴 포스트지가 최근 보도했다.

포스트는 “밀레니엄 버그로 인해 발생할 비용을 누가 부담할 것인가를 둘러싼 법적 준비가 서서히 시작되고 있다”며 예상되는 비용만도 변호사 비용과 보상액 등을 합쳐 1조 달러에 이를 수 있다고 경고했다. 업계 추산으로 밀레니엄 버그 해결을 위해 새로 프로그래머를 고용하거나 새 컴퓨터를 구입하는데 드는 비용만 3천억~6천억달러 정도. 누구도 이같은 엄청난 손해를 보지 않으려 하기 때문에 이를 법정으로 몰고가 해결하려고 할 것이라는 예상이다. 대략 3단계로 나뉘볼 수 있는 ‘밀레니엄 버그 연쇄 소송사태’의 1단계는 컴퓨터회사 등을 상대로 한 개별-집단소송 제기다.

이미 그런 징후가 곳곳에서 나타나고 있다. 미 디트로이트시의 한



▲ 서기 2000년이 다가오면서 밀레니엄 버그를 둘러싼 소송이 홍수를 이룰 전망이다.

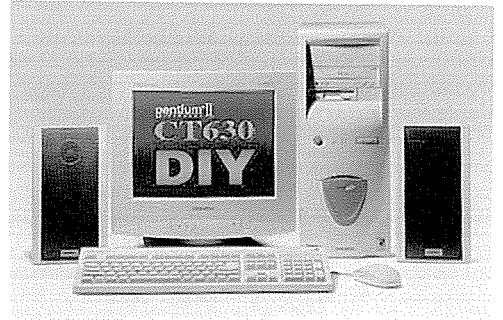
식품점이 금전등록기가 2000년에 기한이 만료되는 신용카드를 인식하지 못한 것을 이유로 제조업체를 상대로 소송을 내는 등 컴퓨터 기기 또는 소프트웨어 업체들을 대상으로한 개별-집단 소송이 이미 곳곳에서 꼬리를 물고 있다. 또 대형 법률 회사들은 ‘미증유의 밀레니엄 소송 수요’에 대비키 위해 컴퓨터 특강 등 예상되는 법률-기술적 공부에 한창이다.

다음 단계는 전업종, 전체 회사로 번질 수 있는 데, 내년 후반쯤부터 시작될 것이라는 전망이다. 예를 들어 자동차 부품회사가 밀레니엄 버그로 납기를 지키지 못하는 등 영업상 손실을 받게 될 경우, 주주들은 경영에 관한 정보가 적시에 전달되지 않았다는 이유로 회사를 고소할 수 있다는 것. 현재 밀레니엄 버그 문제로부터 자유로운 회사는 없다고 해도 과언이 아니다. 2000년 이후 송사의 주역들은 보험회사와 가입인들이다. 서로 피해 보상액과 법률 비용을 둘러싼 다툼을 벌이는 것인데, 이로써 1조달러에 이르는 세기의 컴퓨터 소송 공방은 막을 내리게 된다는 것이다.

소비자 주문대로 ‘맞춤PC’ 확산

미국, 일본 등 선진국에서는 이미 보편화된 맞춤(BTO: Build To Order)방식의 PC생산이 우리나라에서도 PC업계 전반으로 확산되고 있다.

삼성전자, 대우통신, LG IBM 등



▲ 대우통신이 최근 발표한 맞춤PC ‘코스 CT630-DIY’.

주요 PC업체들은 다양한 주변기기 옵션을 소비자가 직접 선택, 주문할 수 있는 이 사업에 새로 진출하거나 기존 사업영역을 크게 강화하고 있다. 이는 최근 IMF 한파로 PC시장이 급격히 위축되고 있는 가운데 맞춤PC 생산으로 컴퓨터 제조원가는 물론 유통재고를 획기적으로 줄일 수 있을 것으로 판단하기 때문.

삼성전자는 최근 PC시장이 저가형 중심으로 급격하게 재편되고 소비자들의 구매패턴이 점차 실속형으로 전환됨에 따라 이에 탄력적으로 대응할 수 있도록 맞춤PC 사업에 새로 참여해 적극적인 PC시장 공략에 나선다는 계획이다.

삼성전자는 이를 위해 기업시장을 겨냥한 인텔 펜티엄MMX 200MHz 칩을 탑재한 맞춤PC 2개 모델(20M-3100, 20M1-3100)을 내놓으며 이 시장에 진입했다. 삼성은 우선 특판사업팀을 중심으로 이 제품판매에 주력하고 하반기에는 가정시장용 맞춤PC를 출시한다는 계획이다.

대우통신도 지난달 맞춤PC 2개 모델을 출시하면서 이 사업에 뛰어들었다. 대우통신은 그동안 전국에

별도의 행사장을 마련해 DIY방식으로 맞춤형PC 사업에 주력해오다 최근 들어 자사 유통점을 비롯해 세진컴퓨터랜드, 한신유통 등 계열사 유통망을 통해서도 주문방식의 제품판매에 나서고 있다.

대우통신은 특히 최근 맞춤형PC가 출시 20일만에 1천여대 이상 판매되는 등 사업이 호조를 보임에 따라 올 하반기에는 데슈츠 칩을 탑재한 고가형 맞춤형PC를 새로 출시하는 등 모델 수를 크게 늘린다는 방침이다. 올해 초 맞춤형PC를 출시하면서 가장 먼저 이 사업에 참여한 LG IBM은 최근 IBM MX-200의 인텔 호환칩과 인텔 펜티엄 II 266MHz를 채용한 2개 모델을 새로 출시해 제품 수를 4개로 늘렸다.

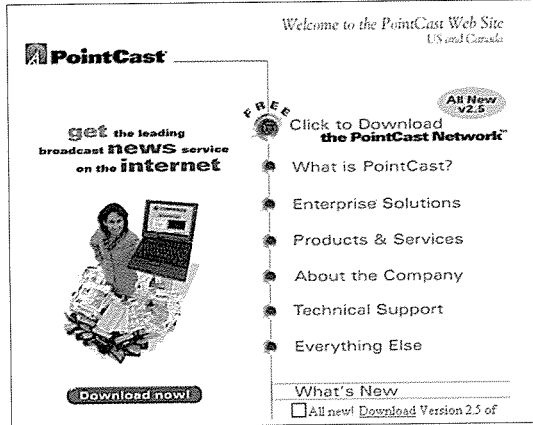
LG IBM의 한 관계자는 "IMF 한파로 소비자들의 구매패턴이 실속형으로 바뀌면서 맞춤형PC 판매방식이 점차 보편화되고 있다"고 말했다.

미국 인터넷 뉴스전송 서비스 및 광고시장 급성장

'인터넷으로 돈벌려면 뉴스전송 서비스나 광고시장에 뛰어들어라'

인터넷을 이용해 주요 방송이나 신문 등의 뉴스를 제공하는 인터넷 뉴스 서비스와 인터넷을 통한 광고 시장이 미국에서 급성장하고 있는 것으로 나타났다.

한국전자통신연구원(ETRI)이 펴내는 주간 기술동향지에 따르면 미국 인터넷 뉴스 전송업체들의 지난해 총 매출액은 전년대비 52% 증가한 2억3백만달러를 기록했다. 이들의 96년 매출액도 전년대비 37.1% 증가한



▲ 뉴스전송 서비스업체인 포인트캐스트사의 홈페이지

약 1억3천3백70만달러를 기록, 폭발적인 증가세를 보이고 있다.

지난 96~97년의 성장세가 두드러진 것은 시장점유율이 각각 20.7%, 14.8%, 9%로 1, 2, 3위를 차지한 데스크톱 데이터사, 다이얼로그사, 다우비전사 등이 계속해서 두자리 수의 성장률을 보이고 있고 새로 시장에 진입한 포인트 캐스트, 야후, 익사이트사 등의 폭발적 성장때문인 것으로 풀이된다. 특히 새로 시장에 참여한 포인트 캐스트사의 경우 96~97년 매출액 증가율이 971.4%, 야후는 1,190%, 익사이트는 3,400%의 매출액 증가율을 기록한 것으로 조사됐다.

미국의 작년 인터넷 및 온라인 광고시장 규모도 9억6백50만달러에 달해 전년도 2억6천6백90만달러에 비해 3배 이상 성장한 것으로 나타났다. 미국 인터넷광고국(IAB)은 최근 인터넷 웹 사이트와 온라인서비스, E-메일 제공업체 등 1천개사에 광고를 게재하고 있는 기업들의 회계지출을 기준으로 쿠퍼스 & 리브랜드 회계법인이 작성한 자료를

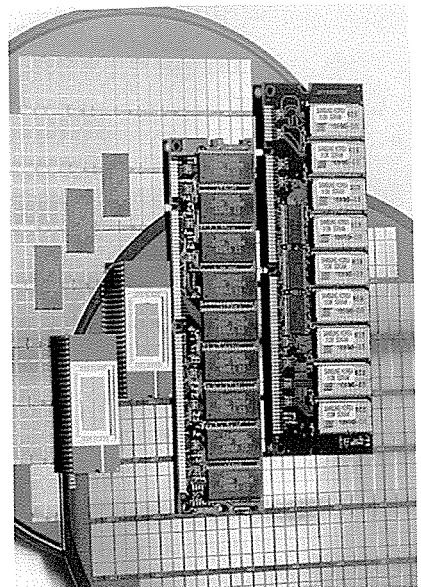
인용, 이같이 밝혔다.

IAB는 작년에 인터넷 등 온라인 광고의 대부분은 소비재 관련 제품에 관한 것으로 전체의 31%에 달했으며 다음은 컴퓨터 관련제품 30%, 금융서비스 18%, 장거리통신 11%, 뉴미디어 10% 순이라고 말했다. IAB는 작년은 인터넷이 신

문, 방송 등과 같은 하나의 매체로서 등장해 재래 광고매체의 광고시장에 합류, 엄청난 약진을 기록한 해였으며 98년에도 높은 성장속도를 지속할 것으로 전망했다.

삼성전자, 256메가D램 세계 첫 생산 ... 내년부터 양산

차세대 메모리 반도체인 256메가D램의 상업용 샘플을 삼성전자가



▲ 삼성전자가 세계 최초로 생산에 들어간 256메가D램의 모습.

