

모바일 인터넷과 컨버전스 시대의 보안의 역할

누구나 알다시피 애플의 혁신은 가히 혁명적이다. 아이폰을 필두로 한 스마트폰 보급은 페이스북, 트위터 등 소셜 네트워크 서비스의 활성화를 불러왔다. 트위터의 CEO는 '소셜 네트워크가 아니라 인포메이션 허브이다' 라고 트위터에 올린 바 있다. 이에 전적으로 동의한다. 이제까지는 정보의 양이 많은 것이 미덕이라고 생각했다. 그러나 여기에 반론을 던진 게 트위터이다. 정보가 많지만 실제로 필요한 것은 140자면 충분하다고. 이것이 커뮤니케이션 패러다임을 변화시키고 있으며 앞으로 미디어 등에 많은 영향을 발휘할 것이다. 커뮤니케이션 패러다임의 변화는 세 가지 키워드(스마트폰, 클라우드, 소셜 네트워크)로 읽을 수 있다.

스마트폰은 인간에게 다가오는, 기술 이상의 기술

첫째가 단말기. 단말기 관점에서 보면 이것을 기능이 좋아졌다고만 생각할 수도 있다. 그러나 우리가 놓치기 쉬운 것이 '스마트'란 말을 왜 쓰는가이다. PC는 명령어, 기능을 익혀야 하는, 인간이 기계에 다가



가야 한다. 하지만 스마트폰부터는 이 많은 기능이 인간에게 다가온다. 일례로 스마트폰은 냄새 외에 모든 것을 감지한다. 볼 수 있고 흔들림도 알 수 있고. 최근 나온 4G는 레터나 익스플레이라는 게 있는데, 인간이 눈으로 볼 수 있는 한계를 넘도록 했다. 굉장히 인간중심적 사고방식을 갖고 있다.

이처럼 인간적인 제품으로 와닿는 것이 중요하다. 기술이 아닌 관점에서 봐야 한다. 최근 일본의 아이폰 사용자가 급증했는데, 아이폰 사용자의 40%가 여성, 킴맹이라 할 수 있는 사람들이다. 최근 알게 된 어느 50대 여성은 아이폰이 없으면 못 산다고 한다. 본인이 좋아하는 그림을 보고 미국에 있는 자녀와 채팅하는 용도로만 쓴다. 작아서 잘 보 이냐고 하니 그렇잖아도 아이패드를 기다린다고 말했다. 이처럼 스마트폰, 아이폰, 아이패드, 모바일 인터넷 디바이스는 매우 스마트하기 때문에 논테크니컬 사용자층에 급속히 받아들여진다.

다음 관점은 커뮤니케이션. 휴대폰은 음성 통신부터 시작했는데 이것이 더 인간적으로 바뀌며 정보, 음성, 데이터, 로데이터 등이 많은 게 중요한 게 아니라 내게 필요한 지식이 무엇이나 그것을 끄집어내는 게 중요하다는 관점으로 바뀐다. 스마트폰 성장으로 소셜 네트워크가 같이 성장한다.

그 이유는 많은 이와 커뮤니케이션할 수 있고 입체적으로 파악할 수 있는 게 강점으로 떠오른 것이다. 트위터를 보면 타임 라인으로 쭉 흘러간다. 전통적으로는 문서를 만들어 파일을 만들어 폴더에 저장하고 필요할 때 끄집어내고 이에 대한 보안 시스템을 만들고 했다. 이제는 무한정 돌아다니는 정보를 실시간으로 내 지식으로 쓸 수 있고 아이디어를 만들고 비즈니스 모델을 만들어낼 수 있다는 것이 중요하다.

최근 사이버 전쟁 기법을 보면 이런 것이 총망라돼 있다. 그들은 모바일 기기를 항상 갖고 다닌다. 정보는 저장이 아닌 가공, 리얼 타임으로 나에게 전달되는 것이 중요하다. 실제로 스마트폰의 음성 통화는 줄고 있다. 음성보다 이것이 훨씬 효율적이기 때문이다. 이렇게 커뮤니케이션 수단이 많아지면서 숨겨진 자투리 시간이 많아진다.

셋째, 비즈니스 모델의 변화. 이는 우리나라 대기업과 연

론이 긴장하는 부분이다. 바로 앞서 말한 것처럼 그동안 휴대폰에 SW, 콘텐츠를 넣을 권한은 통신사, HW 업체에 있었는데 이것이 개방됐다. 따라서 그에 대한 의존도가 낮아졌다. 앱스토어가 등장하자 누구나 앱을 올릴 수 있게 글로벌화, 개방된 것이다. 어찌 보면 비즈니스 권력의 싸움이다. 더 이상 통신사, HW 업체와 중소기업이 하청구조 아닌 윈윈해야 살 수 있는 모델로 간다. 애플은 개발자에 70을 준다. 구글은 통신사에 30에, 70을 개발자에 준다. 이런 수평적 관계가 되고 생태계가 된다. 수직 아닌 수평 관계로 간다. 여기에 아이디어, 이노베이션이 얼마나 있느냐가 중요하다. 중소기업에 의해 스마트폰 시장이 더욱 크게 성장할 것이다.

마지막 포인트가 컨버전스. 스마트폰에 맞는 기술 개발해야겠다고 생각할 수 있는데 이미 기술은 만들어져 있다. 아바타가 불러일으킨 3D를 보면 3D 기술은 50년대에, 3D TV, 영화는 70년부터 나왔다. 하지만 그때는 그저 신기하다고 생각하고 말았다. 안경이 없어 퀄리티가 떨어졌나? 그게 아니라 아바타 나오기 이전에 다른 발전 과정이 있었다. 제임스 카메론 말마따나 상상하는 것을 충분히 실감나게 보여줄 기술, 비주얼라이제이션, 3D 그래픽, 애니메이션 등이 상상과 실재를 구분하지 못할 정도로 현실감 있게 표현할 수 있었고 여기에 3D가 얹혀져 꽃핀 것이다.

이처럼 스마트폰이 외계에서 온 게 아니라 기존 기술이 여기에 발휘되는 것이다. 예를 들어 앱 중 작년 크리스마스에 인기 있던 앱이 드라마 음악을 인식해서 누가 불렀는지, MP3가 어떤 게 있고 유튜브 어디에 있다는 정보를 보여준다. 사실 시그널을 인식하는 기술은 80년대에 나왔다. 그 기술이 적용된 것이다. 여기에 데이터베이스, 네트워크 액세스가 효율적이 되면서 컨버전스가 일어나는 것이다. 결국 앱은 우리가 직접 만드는 게 아니라 이미 만든 기술이 컨버전스되어 나오는 것이다.

또 하나 지금은 앱과 콘텐츠가 구분이 잘 안 된다. 워드를 열었을 때 도큐먼트 파일과 애플리케이션은 완전히 별도이다. 하지만 지금은 앱을 받았을 때 콘텐츠인지 앱인지 구분이 안 될 정도이다. 거기다 3G, 와이파이가 상관이 없이 저절로 알아서 로밍하는 통합도 일어난다. 이런 다양한 형태의 컨버전스가 스마트폰에 영향을 준다.

클라우드, 하드웨어 투자의 한계를 푸는 해법

둘째 관점은 스마트폰이 이렇게 보여줄 수 있고 사람에게 바로 와닿는데 정보는 어디에 있느냐는 것이다. 바로 클라우드에 있다. 수많은 정보를 자기 전산실에 가지고 있을 수 없다. 이는 HW 프로세스를 보면 알 수 있다. 우리가 1990년대 말부터 투자를 많이 해 IT 강국이 됐지만 거기에 한 HW 투자를 지금 기준으로 하면 그보다 훨씬 빠른 브로드밴드를 구축할 수 있다.

손정의 회장이 일본의 인터넷이 느리다고 한탄한 적이 있는데 올해 3월에는 일본이 아시아에서 가장 모바일과 인터넷이 빠르고 싸다고 말했다. HW 속도에 의한 것은 얼마든지 바뀔 수 있다. 정보는 기하급수적으로 늘는데 이에 따라 전기(에너지) 비용도 는다. 로컬에서 CPU를 무한정 늘릴 수는 없다. 성능 좋은 환경에서 갖다 쓰면 되는 것이지 비디오 편집을 내 PC에서 일일이 장비를 구입해 하는 게 아니라 많이 갖고 있는 클라우드에서 처리해서 오는 결과만 받으면 되는 것이다. 이처럼 유틸리티 컴퓨팅 개념으로 바뀌는 것이다.

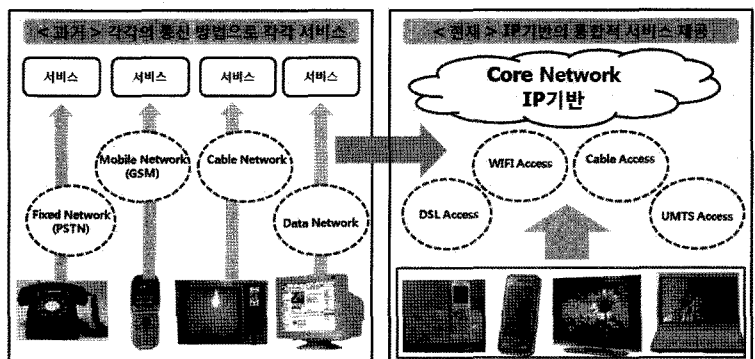
구글이 클라우드 시스템을 에너지가 싼 시골에 구축한 이유가 있다. 구글에는 검색 엔진 분야보다 더 많은 엔지니어가 시스템 네트워크 분야에 있다. 에너지를 줄이는 방향으로 자신만의 서버 및 네트워크 시스템을 만들어 운영하는 것이다. 결국 비용의 싸움이다. 우리나라는 아직 먼 얘기지만 미국이나 유럽은 이미 3~5년 전에 끝났다. IBM 클라우드 담당자 말로는 20% 정도가 밖으로 나가면 안 되는 정보이고 나머지는 클라우드에 두는 게 관리와 보안 면에서 좋다는 결론을 내렸다고 한다.

최근 IT 부서는 효율성을 고민해 CIO가 CFO로 통합되는 추세이다. CFO의 관심사는 딱 두 가지. 비용 줄이는 것과 보안이다. 보안은 고객 정보, 내부 정보, 브랜드 이미지 타격. 둘째는 비용 줄이는 것. 가능한 빌려쓰자. 이 요구에 맞는 게 클라우드이다. 여기에 스마트 기기가 나오면서 클라우드에 더 많은 정보를 가공해 제공해줄 수 있게 된 것이다. 맞물려 돌아가는 것이다.

소셜 네트워크, 가장 파워풀한 커뮤니케이션 공간

우리나라 SNS에 없는 게 에코시스템(생태계)이다. 페이스북 안에 매우 많은 정보가 올라오고 미디어가 많은 영향을 받는다. 트위터가 기존 언론보다 빠르다. 스티브 잡스가 현지에서 2시에 발표한 게 새벽에 보니 수백 개의 트위터가 날아오고 분석된 블로그까지 올라왔다. 소셜 네트워크의 파워를 느낄 수 있다.

지금 봐야 하는 포인트는 스마트폰, 소셜 네트워크, 클라우드, 디지털 콘텐츠를 같이 고려해 어떤 가치와 효율성을 만들어내고 얼마나 편리하고 안전하게 할 것인가이다. 기존 통신사, 방송사는 정부에서 허가를 받아 콘텐츠를 변환했기 때문에 사업을 할 수 있었다. 이 모델이 모두 인터넷에서의 앱이 된 것이다.



그에 따라 기존 사업 모델이 무너지게 된 것이다. 그 중 광고 모델만 해도 방송사는 뉴스 앞뒤에 광고를 해서 돈을 벌었는데 이제는 사람들이 콘텐츠만 잡아가기 때문에 광고를 콘텐츠 안에 넣어야 하는 상황이 되었다. 비즈니스 모델도 인프라 가진 업체와 콘텐츠 제공 업체 간 수직 관계가 아니라 수평 관계로 바뀌는 것이다.

그리고 지금은 커뮤니케이션 캐리어와 디바이스 같은 하드웨어의 게임이 아니라 누가 디지털 콘텐츠를 빨리 전세계에 공급하느냐의 싸움으로 바뀌고 있다. 그렇기 때문에 통신과는 무관했던 애플과 구글, MS 등이 모바일 산업을 이끌고 있는 것이다.

스마트폰이 PC와 휴대폰에서 진화한 것은 맞다. 여기에 더해진 것이 통신사만 알고 있던 로케이션 정보 등이다. 스티브 잡스도 PDA를 출시했다 실패했다. 그 당시에는 사용자가 없어 잘 안 됐다. 지금은 상황이 다르다. 수많은 애플리케이션이 있고 소셜 네트워크를 많이 쓰는 등 스마트폰으로 활용할 수 있는 것이 훨씬 많아진 것이다. 영화 '아바타'가 나오기 직전에 3D를 현실화할 수 있는 많은 기술이 있었듯이 스마트폰이 지금 그런 환경에 놓여 있다.

교통 애플리케이션을 만든 유명한 고등학생이 있다. 그는 그 콘텐츠를 어떻게 만들었을까? 이미 교통에 대한 많은 정보가 데이터베이스에 있었고, 그것을 활용해서 스마트폰 애플리케이션을 만들어서 앱스토어에 올린 것뿐이다. 한 명이 충분히 만들 수 있는 것이다. 그리고 미국의 베스트바이 같은 곳은 자신의 제고가 얼마나 남았는지 인터넷에 공개를 해놓았다. 때문에 고객은 자신이 찾는 물품이 어디에 얼마나 있는지 빠르게 알 수 있다. 만약 점포 직원에게 물어본다면 훨씬 많은 시간이 들었을 것이다.

그리고 스마트폰에서 끝나는 것이 아니라 TV와 아이패드와 같은 태블릿 PC에 똑같이 적용되는 것이다. 여기에 소프트웨어 가치는 모두 같다. 그렇기 때문에 이것을 단순한 스마트폰의 문제로 보면 안 된다. 컨버전스된 여러 하드웨어 플랫폼에 해당되는 것이다. 그런데 이것을 하드웨어 사업 위주로만 보는 사람들은 이 모델을 이해하지 못하고 영원히 여기서 헤어날 수 없다.

구글이나 애플이 소프트웨어 플랫폼에 집중하는 것은 여러 플랫폼을 겨냥한다는 것이다. 비록 시작은 스마트폰에

서 했지만 수많은 모바일 기기와 심지어는 가전제품에도 적용된다. 결국 이것은 애플리케이션 콘텐츠가 유통되는 마켓과 수많은 스마트 단말기, 그리고 정보가 삼각 축으로 구성된 현상이라고 볼 수 있다.

컨버전스 시대의 변화 코드, 지축이 흔들리는 변화

결국, 컨버전스 시대의 변화 코드는 한 마디로 지축이 흔들리는 변화이다. 일부 산업의 문제가 아니고 일부 국가의 문제도 아니고 미디어, 인프라, 정책, 더 나아가서 문화까지 확산된다. 점점 개인화, 수평화하는 것이다.

또한 글로벌 표준도 바뀌고 있다. 애플이 플래쉬를 안 쓰겠다고 선언했다. HTML5 파일을 표준으로 정해 그것으로 개발하고 있다. 액티브X나 플래쉬를 많이 쓰는 우리나라도 빨리 HTML5 환경으로 가야 하며 SW 플랫폼의 변화를 명확히 인식해야 한다. 컨버전스 시대에는 HW보다 SW 콘텐츠가 더 중요하다.

늦었지만 우리나라 스마트폰도 잘할 수 있다고 생각한다. 그 이유 중 하나는 우리나라가 도시화로 모바일 인구가 많다는 점이다. 실제로 사람들이 IT를 받아들이는 데에 익숙하다. 그런데 문제는 이런 소프트웨어를 제대로 만들어 배포할 수 있는, 소프트웨어 개발/기획/품질 테스트는 물론 보안성을 높이고 업그레이드하고 패치하는, 일련의 서비스 인프라를 제대로 갖춘 기업이 많지 않다. 소프트웨어 업체가 거의 몰락했기 때문에, 이 부분이 우리의 발목을 잡는 것이다.

또한 스마트폰의 보안 문제는 영원하다고 할 수 있다. 사실 이런 것을 만들어낼 수 있는 생태계가 중요하다. 그래서 SW 플랫폼과 인프라의 문제는 SW 라이프 사이클 관리의 관점에서 봐야 한다. 소비자가 스마트폰을 사용할 때 애플리케이션을 개발자에게 제공 받고 하드웨어를 선택하고 통신사를 선택한다. 그럼 사용자가 보안이나 제품의 문제에 닥쳤을 때 누구를 찾아가야 하는가? 이런 서비스 인프라에 대해서도 우리가 진지하게 고민해봐야 한다.

스티브 잡스는 "나는 리버럴하다. 인문학과 테크놀로지의 만남점에 있다."라고 말했다. 바로 그것이 현재 변화의 중심이라고 할 수 있다.

아이폰을 필두로 한 스마트폰 보급은 페이스북, 트위터

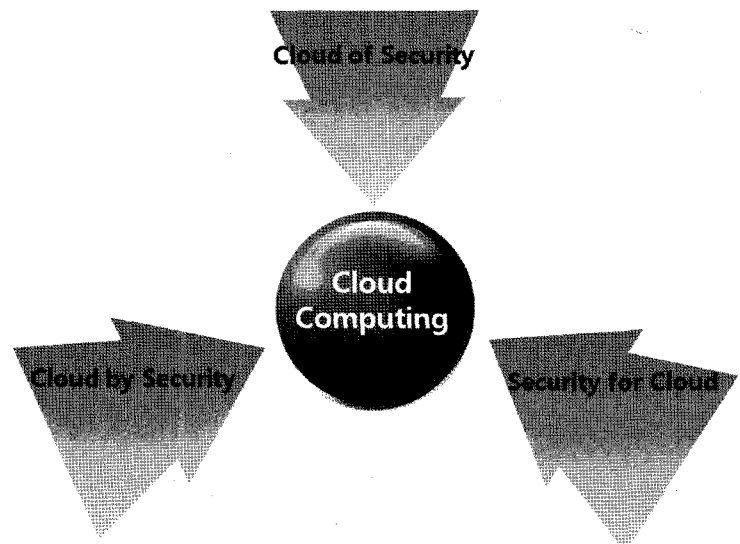
등 소셜 네트워크 서비스의 활성화를 불러왔다. 이로 인한 커뮤니케이션 패러다임의 변화는 세 가지 키워드-스마트폰, 클라우드, 소셜 네트워크-로 읽을 수 있다. 이들 서비스가 안정적으로 그리고 안전하게 제공되게 하는 것은 결국 보안 업계의 임무라 하겠다.

먼저 스마트폰 보안을 보면 원론적으로 PC에서 일어나는 보안 이슈가 다 스마트폰에서 발생할 수 있다. 그런데 가만히 생각해보면 PC 보안 사업 초기에 위협이 있을 것은 인지했지만 시장이 커질 것이라고는 아무도 생각하지 못했다. 그런데 2005년을 기점으로 해킹의 조직화에 따라 보안 시장이 급격히 커졌다. 마찬가지로 스마트폰이 얼마나 보급될지, 어떤 애플리케이션을 사용할지, 또 어떤 소프트웨어 플랫폼이 표준이 될지, 어떤 소셜 네트워크가 기반이 될지 예단하기 어려운 단계에서 모든 상상은 사실 의미가 없다. 스마트폰 보안을 인지하는 것은 맞지만 현재 보안이 핫 이슈인 현상은 바람직하지 않다.

먼저 SW 플랫폼을 잘 설계하는 것이 보안의 첫 걸음이다. 우리나라의 보안 문제가 심각한 이유 중 하나는 소프트웨어를 다 만들고 나서, 시스템을 다 구축하고 나서 그 후에 보안을 하기 때문이다. 잘못 만들어진 소프트웨어는 사용자와 개발사 모두를 힘들게 한다.

한편, 우리는 스마트폰과 보안 이야기를 할 때 '위협'과 실제로 발생할 수 있는 '위험(리스크)'을 혼동한다. 언론이나 어떤 발표를 보면 해킹을 시연해 위험성을 경고한다. 사실 해킹이나 암호를 깨는 것은 얼마든지 가능하다. 문제는 그 정도의 돈과 노력을 들여서 그렇게 할 이유가 있는가이다. 정보는 중요도에 따라 공유되어도 되는 것과 외부로 유출되면 안 되는 것, 그리고 최고 기밀 정보 등으로 나눌 수 있다. 이런 차이를 고려하지 않고 무조건 일괄적으로 보안을 하면 더욱 심각한 문제를 일으킬 수 있다. 해킹이 가능하다는 사실 자체보다는 기업 및 고객의 정보가 유출되거나 DDoS 공격을 받을 수 있다는 리스크 측면에서 접근해야 한다. 그런 맥락에서 스마트폰 보안 이슈도 차별하게 볼 필요가 있다. 가령 스마트폰 악성코드는 스마트폰뿐 아니라 SD 카드나 PC 감염 등의 종합적 관점으로 봐야 한다.

스마트폰 다음으로 주목받는 키워드가 클라우드이다. 클라우드와 보안의 관계는 세 관점으로 볼 수 있다. 첫째가 클라우드 컴퓨팅 기술을 접목한 보안 솔루션이다. 한 달에 100만 개 이상씩 발견되는 악성코드를 모두 사용자 PC에서 처리하면 부하가 크기 때문에 서버에서 제어하는 것이 훨씬 효율적이다. 또한 그 속에 많은 알고리즘을 적용해 더 정교하고 정밀한 대응을 할 수 있다. 이를 위해 클라우드 시스템을 구축해 각 PC와 스마트폰, DDoS 차단 장비 등 다양한 기기에 활용할 수 있다.



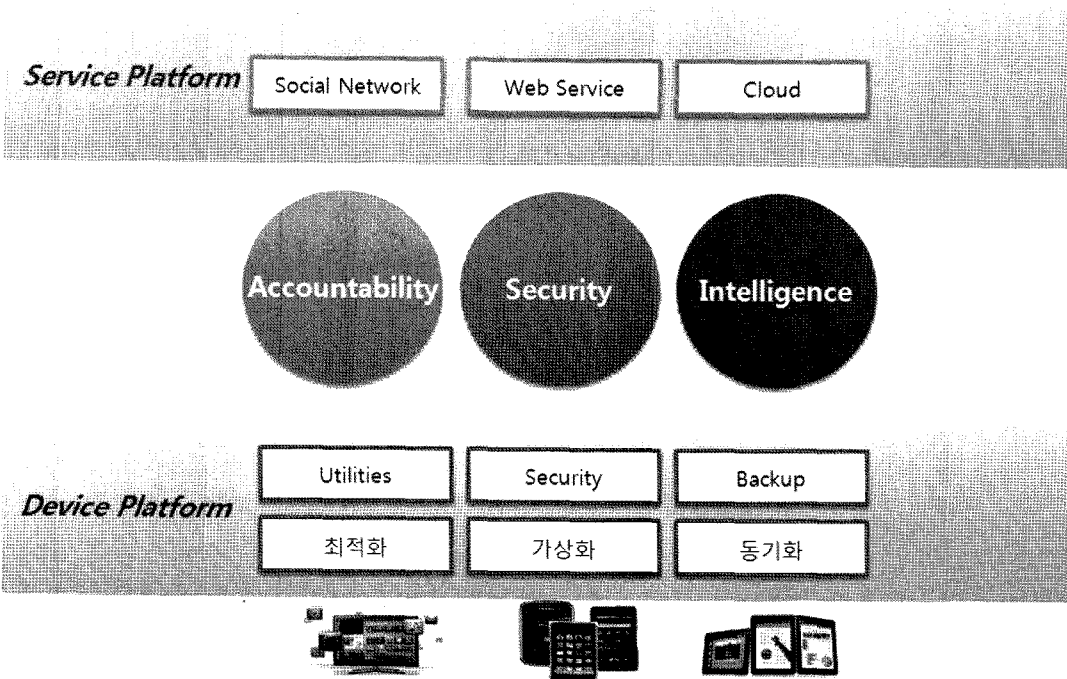
둘째는 클라우드 컴퓨팅 자체의 안전을 뒷받침하기 위한 보안으로서 자동화한 위협 탐지 및 대응 체계와 보안 관제 서비스가 해당한다.

셋째가 클라우드 컴퓨팅을 구축할 때 필요한 보안 기술이다. 기존 컨셉, 기존 제품으로만 보지 않고 다시 분해하고 재조합해 각 트랜잭션이나 단계 별로 어떻게 처리할지 세밀하게 볼 필요가 있다. 아울러 전방위 대응 능력, 보안 표준 업데이트, 관련 기관과 긴밀한 협력이 필요하다.

IT 인프라의 변화를 한 마디로 표현하면 컨버전스라고 할 수 있다. IP 프로토콜을 기반으로 음성, 오디오, 비디오 및 데이터 등의 멀티미디어를 복합적, 통합적으로 제공하는 시대가 되었다. 이러한 컨버전스 시대에는 보안도 입체적으로 접근해야 한다. 지금은 하드웨어, 그 다음 소프트웨어를 배워서 하는 시스템이 아니라 사용자 스스로 쓸 것을 찾고 그 다음 스마트폰을 정하고 통신사를 정하는 시스템이기 때문에 애플리케이션과 콘텐츠 관점에서 볼 필요가 있다. 그리고 글로벌 트렌드를 이끄는 애플과 구글의 트렌드를 놓쳐서는 안 된다. 이들이 만든 수퍼 플랫폼 아래에 수많은 애플리케이션 플랫폼이 만들어질 수 있다. 이렇게 콘텐츠와 단말기가 교류하도록 안전한 플랫폼을 만드는 것이 보안의 역할이다. 즉, 소프트웨어 생태계 전체를 폭넓게 보는 것이 중요하다.

또한 UX(user experience), 속도 등의 사용편의성과 실질적 보안 성능을 보아야 한다. 아울러 획일적이지 않은 보안 정책이 필요하다. 많은 기관이나 기업에서 스마트폰을 도입할까 말까 망설이는데 이는 5년 전부터 미국의 CIO들이 고민하던 것이다. 사실 조직 구성원들이 업무에 활용하기 위해 웹 메일이나 스마트폰 쓰는 것을 막을 수는 없다. 중요 기밀을 다루는 구성원과 일반 구성원을 세분해 전자에게는 오바마 대통령이 특별 제작된 블랙베리를 쓰듯이 별도 조처를 하는 등 유연함이 필요하다. 그리고 단순히 하드웨어 사고 소프트웨어 사는 것이 아니라 입체적으로 자신의 업무를 중심으로 설계하는 관점이 필요하다.

현재의 플랫폼은 클라우드, 웹, 소셜 네트워크, 애플리케이션으로 구성된다. 이런 플랫폼이 각종 디바



이스와 맞물려 돌아간다. 예를 들어 교육 측면을 보면 이미 많은 교육 자료가 디지털로 저장됐고 BBC나 디스커버리 채널의 많은 자료도 멀티미디어로 제작되어 있다. 디바이스만 나오면 학생들이 학교에서는 아이패드나 태블릿 PC로, 밖에서는 스마트폰으로 보고 집에서는 PC로 공부하고, 가족과 함께 TV로 보게 된다. 필자는 아마존 킨들을 갖고 있는데 킨들에 있는 것을 아이폰, 아이패드, PC에서도 본다. 이것이 바로 소프트웨어 플랫폼이 중요한 이유이다. 어느 디바이스에 어떻게 적용되느냐는 그 다음에 고민할 사안이다.

그런데 이 과정에서 놓치지 말아야 할 것이, 얼마나 측정할 수 있고 추정 가능하고 투명하고 안전한 플랫폼을 만드느냐이다. 가령 모바일 오피스를 만든다면 허용할 수 있는, 허용해야 하는 디바이스를 정하고 로드맵을 만들어야 한다. 이메일, 소셜 네트워크 등을 오픈할 것과 하지 않을 것을 구분하고, 어떻게 얼마나 안전하고 추적 가능하게 할 것인가를 시스템화해야 한다. 이때, IT 부서가 정책을 만들어 공지하고 보안 소프트웨어를 설치해서 교육하는 수직적인 방식이 아니라 전체 업무를 수평적인 플랫폼으로 보는 것이 필요하다.

필자는 보안 기술이 다른 소프트웨어나 IT 기술과 구분되는 가장 중요한 요소는 지능성이라고 생각한다. 예를 들어 라우터는 테이블에 저장된 것을 다른 곳에 보내기만 하면 역할이 끝난다. 그러나 방화벽이나 IPS, DDoS 방어 장비 등의 보안 제품은 수많은 패킷을 다 분석해야 한다. 다른 소프트웨어는 로직을 따라가면 되는데, 보안은 각 콘텐츠의 가치를 따져야 한다. 따라서 IT에서 일어날 수 있는 모든 문제를 가장 잘 해결할 수 있는 것은 보안 소프트웨어이다.

더욱이 보안 기술은 얼마든지 외연을 확장해 다양한 서비스나 하드웨어와 접합될 수 있다. 보안 제품이 따로 있는 것이 아니라 보안에 관한 많은 아이디어와 컨셉이 다양한 서비스와 애플리케이션, 콘텐츠와 디바이스에 스며들어가는 것이다. 그것이 진정한 보안이고 사용자를 편하게 하는 시스템이라고 생각한다.

지금 일어나는 변화는 정말 예상을 초월하는 굉장히 큰 변화이다. 엔지니어만이 아니라 사회 전체가 바뀌는 것이다. 그래서 보안은 외부의 위협을 막는다는 관점에서 좀더 적극적으로 나가야 한다. 플랫폼에 스며들어서 투명하고 측정 가능하고 신뢰할 수 있는 플랫폼을 만드는 데 기여하는 것이 모바일 인터넷과 컨버전스(융합)의 시대에 우리가 고려할 요점이다.



김 홍 선

- (현)안철수연구소 대표이사
- 안철수연구소 기술고문, 연구소장 및 CTO
- 유니포인트 경영고문
- 시큐어소프트 설립 및 대표이사
- 미국 TSI사 Business Development 부사장
- 미국 텍사스주립대 연구원
- 삼성전자 컴퓨터사업부 선임연구원