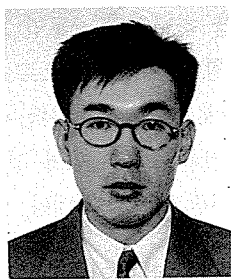


# 5백17개기관 3천여 네트워크 연결 정보획득 고마워하는 풍토개선 시급

## 아직 사업성 없으나 잠재성 커

인터넷의 급격한 발전의 원동력은 비사업성이었다. 많은 엔지니어와 개발자들의 자발적인 노력에 의해 인터넷이 유지되고 성장해 왔다. 이제 그 발전을 기반으로 인터넷이 상업적으로 크게 변모하고 있다. 인터넷은 세계 1백30여개국의 5천만명의 사용자를 발판으로 많은 사업적 가능성을 내포하고 있다. 그러나 인터넷은 아직 거대한 잠재성을 갖고 있을 뿐 아직 그 사업성이 현실로 등장하지는 않고 있다. 이런 측면에서 인터넷의 사업성을 부정적으로 보고 있는 견해들도 있다. 즉 인터넷의 사용자들 자체가 돈을 지불하면 서까지 정보를 입수하려는 성향은 갖지 않고 있다는 것이다. 그냥 구경꾼에 머물러 있기 때문에 5천만명이라는 사용자는 이를테면 허수라는 것이다.

이러한 논쟁은 90년대 초 멀티미디어라는 것이 산업으로 발전할 것이라는 논쟁을 연상하게 한다. 불과 2~3년전만 하더라도 멀티미디어는 80년대의 인공지능(AI)과 같이 90년대의 허상에 불과하다는 주장이 제기되었었다. 하지만 지금은 아무도 더이상 멀티미디어 산업의 가능성에 대해서 의심하지 않는



朴 賢 濟

〈(주)솔빛조션미디어 대표이사〉

다. 이미 멀티미디어는 하나의 거대한 줄기의 산업으로서 이룩을 시작했다. 인터넷도 멀티미디어와 유사하리라고 본다. 아직 상업적으로 이룩을 하지는 않았지만 이제 거의 모든 준비를 끝냈으며 멀티미디어와 함께 21세기 정보사회의 기반으로서 산업 및 일상생활이란 마차의 두 바퀴가 될 것이다.

현 인터넷 산업은 세계적으로 그 잠재성을 위한 투자의 단계에 머물러 있다. 물론 국내에서도 인터넷은 아직 투자의 대상에 불과하며 이익의 창출단계에까지는 가지 못하고 있다. 모두가 모여 앉아 어떻게 하면 인터넷을 활용해서 사업을 전개할 것이냐에 대해서 고심하고 있으며, 조만간 누군가에 의해 그 벽이 허물어지게 될 것이다. 고민하는 자에게 복이 있나니... 이러한 현상

은 다시 말해서 수많은 업체들이 사업에 실패를 하고 쓰러진다는 말과도 일맥상통한다. 수많은 시도들이 이루어질 것이고 1백개 중 10여개만이 사업화에 성공할 것이며, 그 중에 1~2개는 큰 성공을 거두는 일반적인 정보산업의 규칙이 그대로 적용될 수 있을 것이다.

95년 8월 현재 국내에 등록된 네트워크의 수는 중규모 네트워크 48개, 소규모 네트워크 3천3백39개를 포함해서 모두 3천3백87개에 달하며 연결된 컴퓨터 수는 3만3천42개로서 이는 매월 10.8%의 빠른 증가율을 보이고 있다.

연결된 기관의 수를 보면 약 4백52개의 도메인이 등록됨으로서 기관수는 5백17개에 달했음을 볼 수 있다. 구성비를 보면 기업 및 상용기관이 2백63개로서 전체 기관의 50%를 상회하고 있다는 것을 알 수 있는데 이것은 초창기에 국내 인터넷이 대학과 연구소를 중심으로 성장해왔고 불과 2~3년 전만 해도 대학수가 더욱 많았다는 것을 상기하면 기업으로의 확장속도가 엄청나다라는 것을 의미한다. 이러한 추세는 더욱 두드러져서 인터넷의 가입기관의 대부분은 기업이 차지하리라는 전망이고 이것은 곧 인터넷이 상업적으로 발전할 것이라는 전망과도 일맥상통한다.

인터넷과 관련해서는 그 산업화 정도가 아직 초기 단계이므로 상품 및 서비스가 분화되지 않았다. 그러나 외국의 예로 보아 크게 4가지 정도로 구분할 만하다.

◆인터넷 접속 서비스 : 인터넷 망 제공자를 중심으로 인터넷에 대한 접속 서비스를 제공해 준다. 여기에는 기존의 PC통신 업체와 인터넷 전문의 서비스 업체가 있다.

◆웹서버 전문 구축 서비스: WWW으로 각 기업의 홍보 자료 홈페이지를 구축해 주는 서비스 용역으로 현재 유일하게 채산성이 있는 분야이다.

◆하드웨어 및 소프트웨어 제품: 인터넷 접속을 위한 장비나 소프트웨어를 판매하는 분야로서 대개의 경우 외국 제품의 수입일변도이다.

◆정보서비스: PC통신에서 볼 수 있는 것과 같이 인터넷에 직접 정보를 올

려놓고 검색 서비스를 제공하는 것이다. 하지만 현재로서는 모두 무료로서, 당장 유료화 할 수 있는 방안을 만들기가 쉽지 않다. 대개 업체의 경우 이중 2~3가지를 겸해서 하는 것이 보통이지만 결국 이러한 서비스는 앞으로 점차 분화될 것이다. 이외에도 인터넷 교육이라든지, 출판 등의 간접적인 사업 분야가 있다. 인터넷을 이용한 홈쇼핑이나 교육 등은 현재로서는 정보서비스의 범주에 넣을 수 있지만 향후에는 인터넷을 하나의 도구로만 이용하게 되므로 별도의 서비스군으로 발전해서 종국적으로는 인터넷의 사업이라기 보다는 완전히 다른 형태의 정보산업군으로 발전될 수 있을 것이다.

### 학술·연구목적으로 발전

국내에서 인터넷 접속 서비스를 하는 기관으로는 교육, 연구목적의 비영리망과 상용인터넷, 기존의 PC통신망이 있다. 외국과 마찬가지로 국내에서도 인터넷은 학술, 연구의 목적으로 발전되었다. 따라서 상업망이 등장하기 전만 하더라도 이 학술, 연구망에 의한 국내 인터넷의 발전이 두드러졌다. <표3>에서 볼 수 있듯이 기관가입자를 중

심으로 전용선 접속을 중심으로 한 서비스가 주종이고 개인 접속은 환영받지 못하고 있다. 공공망에는 <표3>에 있는 망 이외에도 총무처를 중심으로 한 정부 행정망이 있으나 그 일부를 제외하고는 외부에 공개되어 있지 않다.

상업망은 94년부터 거의 동시에 여러 사업자에 의해서 시작되었다. 상업망은 전용선 접속을 통한 기관가입자에 주력할 뿐만 아니라 전화선을 통한 일반 가입자의 확보에도 힘을 기울이고 있다. 이에 따라 많은 전화선 가입자들이 <표4>와 같이 가입되어 있으며 상업망의 속도는 94년 서비스가 개시된 이래 비약적으로 증가하고 있다. 비영리망은 물론이고 영리망들도 모두 미국에 512Kbyte 이상의 전용선을 설치하고 있어서 자금 부담이 심한 편이다. 따라서 아직도 많은 기관 가입자를 확보해야만 회사의 운영상태가 호전될 수 있다.

또한 개인 가입자의 경우 TCP/IP서비스를 받기 위해서는 잦은 고객 문의와 고속 모뎀 등의 고가의 접속장비들이 사용되므로 월 3~4만원의 가입비로는 투자비를 건지기가 어렵다. 따라서 인터넷 접속 서비스 업체들은 좀더 많은 기관 가입자가 가입하기 전까지는 이를 투자단계로 생각할 수 있다. 이 인터넷 접속 서비스는 향후 정보제공 서비스(IP)가 되기 위한 발판이 되므로 적자에도 불구하고 당분간은 투자가 계속될 것으로 보인다.

인터넷은 정보통신의 근간이 될 수 있을 뿐더러 특별한 기술을 필요로 하지 않으므로 많은 대기업들이 거대한 자본을 바탕으로 인터넷으로의 진출을 계획하고 있다. 현대전자는 이미 내부 구축을 완료한 상태이며 삼성데이터시

<표1> 수치로 본 한국 인터넷의 현황 (95년 8월 현재)

도메인 수	452개
기관 수	517개
네트워크 수	Class B(중형): 48개 Class C(소형): 2,929개
호스트 수	33,042개
개인 가입 사용자 (PC통신 및 기관 가입자 포함)	12,861명 (10만~30만명 추정)
월 호스트 증가율	10.83%

(자료: KRNIC)

<표2> 기관 분류별 분포도

분류	도메인 이름	도메인 수	호스트 수	호스트 월 증가율(%)
대학교	ac.kr	90	12,554	6.16
기업체	co.kr	263	13,644	19.18
연구소	re.kr	58	5,668	2.96
정부	go.kr	18	80	11.25
기타 비영리기관	or.kr	18	79	11.39
네트워크 운영	nm.kr	5	1,017	0.20
합계	kr	452	33,042	10.83

(자료: KRNIC)

〈표3〉 비영리망의 현황

	주관기관	시작일	가입현황		비고
			기관	개인	
KREN(교육망)	서울대학교	1988	112	-	대학교
KREONet(연구망)	시스템공학연구소	1988	131	90	정부출연연구소
HANA(하나망)	한국통신연구개발단	1990	50	-	학술, 연구소
KOSInet(공공인터넷)	한국전산원	1994	26	109	국가·지방단체
소계			319	199	

(자료: KRNIC)

〈표4〉 상용인터넷 서비스현황

	주관기관	시작일	가입현황		비고
			기관	개인	
KORNET	한국통신	94. 6. 20	88	1,561	
DACOM InterNet	데이콤(주)	94. 10. 1	33	1,100	천리안 사용자 제외
NURInet	아이네트기술(주)	94. 11. 1	62	5,000	나우콤, 에이텔, KTnet포함
KOLnet	한국PC통신(주)	95. 4. 15	4	4,500	하이텔 포함
AminET	현대전자(주)	95. 7. 15	1	-	
NEXTEL	(주)넥스텔	95. 6. 1	?	700(?)	
소계			188	12,861	

(자료: KRNIC)

스텐이 출사표를 던진 상태이다. 앞으로 인터넷 접속 서비스는 대기업들의 각축장으로 변하게 될 것이다.

인터넷 접속 서비스 업체들에게 위협이 되는 또 다른 경쟁업체는 PC통신을 제공하는 부가통신 사업자들의 인터넷 접속 서비스의 시작이다. 이미 데이콤은 서비스 개시일부터 천리안과 접속을 시작했으며 하이텔은 96년부터는 인터넷을 무료로 접속할 계획을 세우고 있다. 현재 나우콤과 에이텔은 아이네트 기술을 통해 인터넷에 연결되어 있지만 〈그림 1참조〉 조만간 미국에 직접 전용선을 설치할 계획으로 있다.

따라서 모든 PC통신은 이미 인터넷과 접속이 가능하게 되었으며, 이것은 1백여만명의 PC통신 사용자들이 그대로 인터넷 사용자로 편입될 수 있음을 의미하게 되므로 인터넷의 저변확대에 큰 역할을 하고 있다. 인터넷 접속 서

비스 사용자로의 PC통신의 등장은 상대적으로 대사용자 서비스 경험이 풍부하고, 확보된 정보 서비스량의 풍부함으로 말미암아 인터넷 전용 접속 서비스 업체에 비해서 비교 우위를 갖고 있다. 더구나 미국에서는 이미 PC통신 업체들이 인터넷과 통합된 서비스를 제공하기 시작했으며 이 경향은 바로 국내에도 유입될 전망이다.

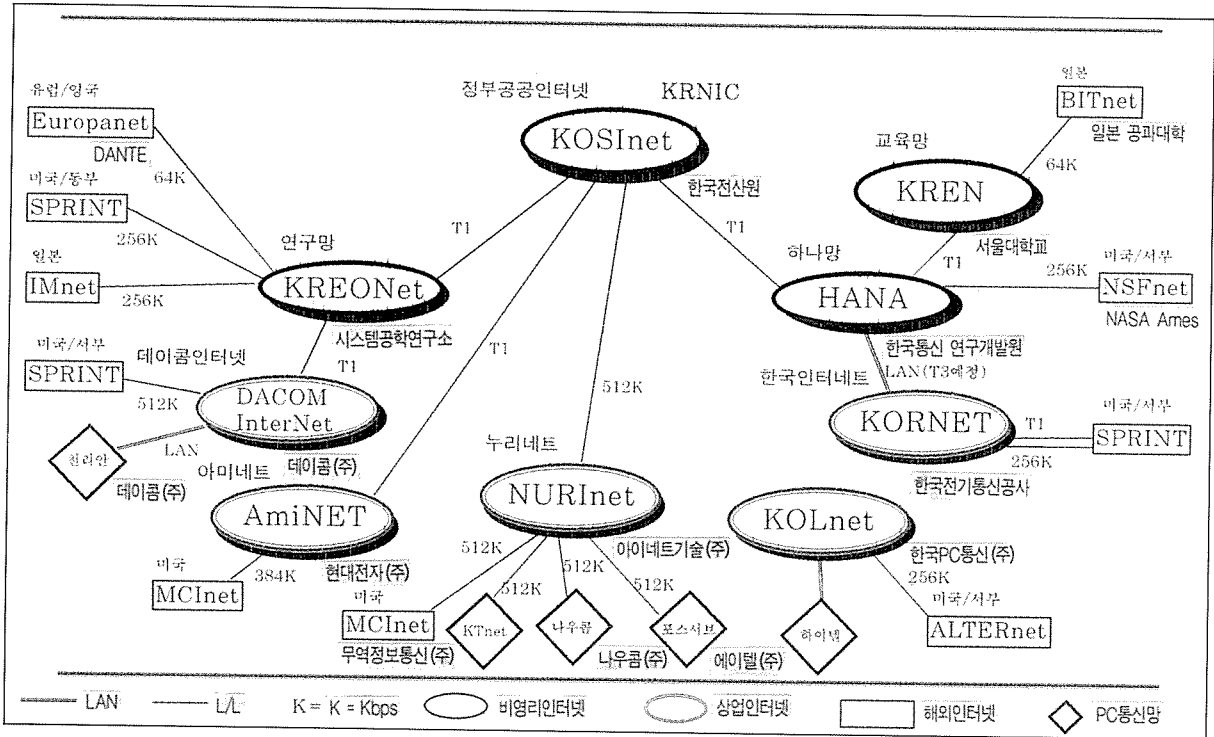
상대적으로 인터넷 전용 접속 서비스 업체들은 기관 가입자를 중심으로 경쟁력을 확보하고 있으며 향후 이 두 다른 줄기에서 태어난 업체간에 치열한 주도권 다툼이 예상된다. 거기에는 마이크로소프트네트워크(MSN)가 96년경 국내에 등장하면 망서비스 업체 및 IP들간의 일대 혼란이 일어나게 될 것이다.

또 다른 인터넷 접속 서비스는 케이블 TV업체로부터 등장할 수도 있다.

이미 미국에서는 케이블을 이용해서 인터넷 서비스를 제공하기 위한 실험이 계속되고 있다. 세계적인 미디어 그룹 타임워너사의 자회사인 타임케이블과 타임사는 최근 뉴욕주 근처 엘미라 지역을 대상으로 케이블을 이용한 상용 PC 통신 서비스를 시작했다. 케이블은 속도가 전화선의 1백배에 이를 뿐더러 이미 미국 가정의 약 60% 이상에 퍼져 있으므로 인터넷을 활용하는 좋은 미디어로 간주되고 있다. 인텔은 최근 27MBPS(초당 2천7백만 비트 전송)의 케이블용 모뎀을 개발했다. 이 속도는 현 PC통신 최고 속도 28.8KBPS의 1천배에 해당하는 속도로서 디지털 오디오 및 동영상을 바로 가정에 전달할 수 있다. 우리나라는 아직 케이블이 초기에 해당하지만 인터넷의 확산은 케이블 TV의 활용을 높여 케이블을 확산한다는 차원에서 바람직한 현상으로 볼 수 있다.

WWW의 등장으로 많은 기업들이 자신의 상품이나 기업이미지를 WWW으로 제작할 움직임을 보이고 있다. WWW은 큰 노력없이도 자신의 상품이나 이미지를 전세계에 알릴 수 있는 좋은 기회가 될 뿐더러 급변하는 인터넷의 세계에 발을 들여놓을 수도 있다는 측면에서 국내외에서 크게 붐을 이루고 있다. 이러한 추세에 맞추어 WWW 홈페이지를 구축해 주는 용역 업체들이 늘어나서 최근에는 50여개 이상이 되는 것으로 추산하고 있다. WWW 구축서비스는 엔지니어와 디자이너의 합작품으로 만들어지며 계속적으로 유지 보수할 수 있다는 장점때문에 수많은 업체들이 이를 시도하고 있다.

WWW타이틀은 기본적으로는 CD-ROM타이틀과 개념이 유사하기 때문



〈그림 1〉 국내 인터넷 연결 현황

에 (CD-ROM은 온라인에 비해 1백배 정도 속도가 빠르며, 반대로 온라인은 용량이 거의 무한대인 점이 차이이다.) CD-ROM타이틀 업체들이 합세하기 시작하면서 경쟁이 치열해져 점차 채산성이 약화되어 가고 있으며, 이에 따라 인터랙티브 광고만을 전문으로 수주하는 등의 전문 분야 업체들도 나타나고 있다.

하드웨어로서는 고속모뎀, 라우터, 서버, 워크스테이션 등의 제품이 주류를 이루고 있지만 대개가 외국의 제품을 국내에 들여와 판매하는 에이전시에 지나지 않는다. 소프트웨어들은 그에 비해서는 그래도 국내 개발제품이 있는 편이다. 윈도 환경에서 인터넷에 접속하기 위한 TCP/IP프로토콜과 응용소프트웨어들이 개발되어 있다. 그외의 제품은 모두 해외 제품을 그대로 판매하는 것이다. 여기에는 WWW브라우

저와 WWW제작도구들이 있는데 국내에서도 몇몇 업체에서 브라우저와 제작도구들을 개발하고 있다.

최근에는 훈민정음, 아래아 한글, 아리랑 등의 한글 워드프로세서를 개발한 삼성전자, 한글과 컴퓨터, 핸디소프트 등의 업체들이 광범위한 워드프로세서의 사용자층을 발판으로 워드프로세서에 HTML 문서포맷을 지원하도록 확장하고 있으며 웹브라우저도 포함시키기 위한 개발을 진행하고 있다. 그러나 넷스케이프 등 우수한 기능을 갖춘 외국 웹브라우저의 등장과 11월 인텔리전트 통신기능과 인터넷 익스플로러 기능을 갖춘 마이크로소프트사의 윈도 95가 등장할 경우 이들 국내 업체들의 노력이 결실을 맺을 수 있을지는 불투명하다.

저작도구의 경우에도 마이크로소프트의 마이크로소프트 네트워크를 지원하

는 블랙버드가 인터넷으로 확장됨에 따라 국내 업체들의 개발노력이 수포로 돌아갈 가능성이 있다. 유일한 돌파구는 타용도로 사용하던 기존의 저작도구들을 좀 더 한글기능을 충실히 강화하면서 웹저작기능을 지원하는 것이다. CD-ROM 저작도구 글터를 만든 솔빛조선미디어는 글터를 확장해서 HTML 포맷을 지원하여 한글의 웹 자동저작기능을 포함하도록 하는 웹용의 글터 저작도구 확장판을 개발중이다.

관련 시스템은 이외에도 보안기능을 갖춘 시스템 등 여러 종류가 있으나 국내 산업 기반은 매우 미약하다. 결국 소프트웨어 분야에 있어서는 인터넷 관련 소프트웨어들도 총체적으로 마이크로소프트가 최대 강자로 등장하면서 국내 업체들이 자리를 차지하기가 점차로 어려워지고 있다. 특히 윈도 95가 출시되면서 기본 소프트웨어들이 모두

내장되어 제공되므로 인터넷의 사용은 급격히 늘어나게 될 것임에 반해 소프트웨어 업체들의 입지는 크게 약화될 것으로 보인다.

### 정보서비스가 핵심산업

인터넷의 핵심 산업은 역시 정보서비스이다. 여기에는 내용(Contents)을 확보하고 제공하는 기본 정보 제공업체와 이 정보를 사용자에게 중개해 주는 정보 매개업체가 있다. PC통신을 볼 때, 정보를 갖고 있는 사람은 반드시 PC통신을 매개체로 해서 서비스가 가능하며, 이를 위해 PC 통신과 이익금을 나누는 식으로 하고 있다. 인터넷이 PC통신과 크게 다른 점 하나는 정보를 가진 사람이면 누구나 정보제공자가 될 수 있다는 점이다. 이러한 점으로 말미암아 이미 수많은 정보원들이 스스로 WWW서비스를 구축하고 있다. 물론 이러한 작은 서비스를 모아 대신 WWW서비스를 구축해 주는 IP들도 등장하게 될 것이다. 현재의 IP로는 PC통신을 제공하는 부가통신업체들과 인터넷 접속 서비스 업체들이 접속 서비스를 무기로 정보서비스에 앞장서 있는 형편이다.

그러나 많은 게이머단들이 WWW서비스를 하게 되면 미국과 같이 좀 더 효율적으로 좋은 서비스를 제공해 주는 중개인들이 많이 등장할 수 있게 된다. 그러나 문제는 현재 이 정보서비스에는 요금을 책정하고, 사용료를 받을 수 있는 효율적인 방법이 아직 개발되어 있지 않다는 것이다. 또 하나의 문제는 어떤 서비스를 누가 돈을 내고 볼 것이냐하는 문제이다. 인터넷은 아직 사용자 기반이 약하고 무료 사용에 익숙하므로 사용료를 지불하게 되면 그

정보 서비스를 더 이상 이용하지 않을 수도 있는 개연성을 갖고 있다.

정보 서비스로 각광받는 서비스로는 홈쇼핑, 원격교육, 원격오락, 전자출판 등이 각광받고 있다. 이중에서 가장 먼저 관심의 초점이 되는 것은 홈쇼핑이다. 다른 서비스도 조심스럽게 시도되고 있지만 미국을 비롯해서 우리나라의 업체들이 가장 먼저 시도하는 것은 홈쇼핑이다. 그러나 우리나라가 신용사회에 진입하지 못하여 쇼핑 문화가, 보지 않으면 믿지 못하는 분위기라서 홈쇼핑이 우리나라에 어떻게 적용될지는 매우 불투명한 상태이다.

또 다른 활발한 활동은 인터넷을 이용한 출판이다. 중앙일보를 시작으로 조선일보, 한국일보 등의 종합일간지 등이 앞장을 서고 있으며, 많은 월간지들도 정보를 지면과 함께 인터넷으로 제공하고 있다. 이러한 출판물이 사업으로 성공할 수 있는 방안은 유료 고객도 있지만 무엇보다도 인터넷이 광고에 관심이 많은 광고주들이 생겨야 한다. 따라서 광고 효과가 아직은 작으므로 인터넷 신문이나 잡지들은 모두 관련 업체에서 향후 정보 서비스를 위한 투자 차원에서 진행되고 있다.

위낙 정보에 대한 가치를 인정하지 않고 무료 정보획득에 익숙한 우리나라 문화와 인터넷 고유의 무료 정신이 묘하게 맞물리게 된다면 당분간 인터넷의 꽃이라고 할 수 있는 정보서비스가 힘을 발휘하지 못하고 정체될 개연성은 얼마든지 있다.

인터넷을 이용한 사업들이 꽃을 피우기 위해서는 무엇보다도 먼저 좋은 정보들이 인터넷에서 많이 제공되는 것이다. 그렇게 되면 자연히 많은 사람들이 인터넷을 사용하게 될 것이고 그러

면 인터넷에 관련된 많은 사업들이 생성되게 될 것이다. 이것은 마치 닭과 달걀의 원리와 유사해서 많은 사람들이 사용하면 좋은 정보들이 제공될 수 있는 순환논리를 낳기도 한다. 언론에서 인터넷에 대한 붐을 일으켜 많은 사람들이 인터넷에 접근해 보지만 막상 볼 수 있는 서비스는 주로 영어가 대부분이라서 실망하고 다시는 사용하지 않는다고 한다. 그렇다고 많은 업체들이 무턱대고 정보서비스를 제공하기 위한 투자만을 계속할 수는 없다.

지금은 모든 업체들이 모두 머리를 맞대고 인터넷을 이용해서 사업을 할 수 있는 방안을 연구 중에 있지만 아직도 이렇다 할만한 아이디어가 등장하고 있지는 않다. 그나마 현재로서는 가장 가능성이 높은 것이 인터넷 정보 서비스 구축 용역이지만, 이것도 경쟁 심화로 점차 사업성이 떨어지고 있고 인터넷 접속 서비스는 이제는 더 이상 중소 규모업체에서 시작할 때가 아니다. 인터넷 정보서비스를 유료로 할만한 기반이 아직 구축되어 있지는 못하고..

그래서 우리는 국내 인터넷에 관여하는 수많은 기업들을 발견할 수 있지만 이 중에서 이익을 발생시키는 업체는 거의 찾기가 어렵다. 모두가 향후의 잠재성을 가늠하면서 투자에 열을 올리고 있고 이중에서 어느 누가, 어느 기업이 이를 성공시킬지는 1~2년이 지나봐야 결과를 알 수 있을 것이다. 분명한 것은 심중팔구는 실패를 경험하고 역사의 장에서 사라질 것이다. 요즘 폭발적으로 증가하는 인터넷을 하나의 산업으로 승화시키기 위해서는 무엇보다도 정보를 귀히 여기고, 정보의 획득에 대하여 고마워 할 줄 아는 문화풍토로의 개선이 시급한 과제가 될 것이다. ⑤7