



세계 최대의 네트워크 박람회 「넷월드+인터롭 99」참관기

신진상 /이하!PC 수석기자(sailorss@ahapc.com)

필자는 지난 9월 13일부터 17일까지 미국 남동부 조지아주의 애틀랜타에서 열린 세계 최대의 네트워크, 인터넷 박람회 「넷월드+인터롭 99」를 참관했다. 필자가 평소에 애틀랜타에 대해서 알고 있는 것이라고는 96년 올림픽이 열렸던 도시, 90년대 드림팀 애틀랜타 브레이브스가 프랜차이즈를 둔 도시 정도였다. 그런데 알고 보니 코카콜라, UPS, 델타 항공 등 미국을 대표하는 많은 회사들의 본사가 애틀랜타에 있었다. 민주당의 텃밭이요, 미국 경제의 호황을 맞아 미국 50여개 주에서도 가장 높은 경제 성장률을 보이는 역동적인 도시였다. 내부에서 운행되는 지하철로 다섯 정거장이나 되는 엄청난 규모를 지

닌 하트필드 국제 공항에 처음 내리자마자 필자는 그 역동적인 분위기를 호흡할 수 있었다. 다만 재즈하면 뉴올리안즈, 컨트리하면 테네시, 록앤롤 하면 멤피스 같은 대표적인 문화가 없었던 까닭에 미국을 경제가 아닌 문화로 간접 체험할 수밖에 없었던 나 같은 젊은 세대는 애틀랜타가 낯설게 여겨질 수밖에 없었던 것이다.

전세계 최대 네트워크 박람회가 열렸던 조지아 월드 콘그레스 센터는 애틀랜타 시 중심부 CNN센터 바로 옆에 있었다.

넷월드+인터롭은 지난 86년 시작돼 춘계(라스베이거스)와 추계에 걸쳐 해마다 두번씩 열리는 세계

최대 규모의 통신 박람회다. 매년 10월에 뉴욕에서 열리는 인터넷 월드와 함께 인터넷 행사로서도 몇 손가락 안에 꼽히는 유명한 행사다. 손정의 씨가 소유한 소프트뱅크의 인수로 우리에게도 낯익은 미국의 ZD이벤트사가 이 행사의 주최자다. 행사의 하일라이트는 ZD TV를 통해서 생중계됐지만 행사 기간 중에 손정의 씨가 왔다는 소식은 듣지 못했다. 대신 필자를 포함해서 전세계에서 450여개 업체와 5만여명의 네트워크 관계자들이 이 행사를 빛내기 위해 참가했다.

조금 부끄러운 얘기지만 필자는 인터넷 전문기자라는 직함에 어울리지 않게 네트워크에 대해서는

표피적인 지식 외에는 없었다. 누군가가 인터럽+넷월드 관람의 백미는 IP와 ATM의 싸움이 어느 쪽으로 기우는지 그 승부를 지켜 보는 것이라고 할 때 필자는 그 IP가 IP 어드레스할 때 IP냐고 물어 봤을 정도다. 사실 이번 컨

벤션에 나온 수많은 용어들에 대해서 필자는 금시초문인 것이 많았다. 기가비터이더넷, NAS, Policy Management Networking... 컨벤션을 취재하면서 동시에 네트워크에 대한 용어 공부도 진지하게 병행하는 아주 유익한 기회였다.

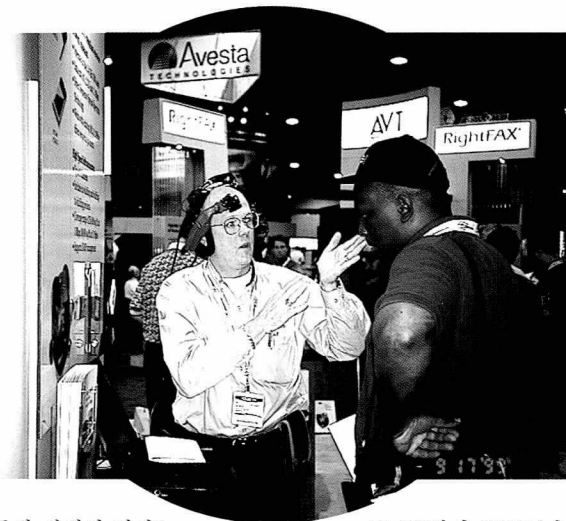
결론을 미리 말하자면 IP업체들이 ATM의 반격을 잘 견뎌내면서 조금씩 유리한 고지를 차지해 나가고 있었던 지난해까지의 풍경과는 달리 서로가 서로의 장점을 조금씩 닳아가며 모두가 사는 윈윈 전략으로 한발씩 양보했다는 사실이다. 그동안은 ATM은 퀄리티 서비스로, IP는 낮은 가격대를 최대 무기로 치열한 경쟁을 펼쳐 왔지만 ATM은 가격대를 낮추고 IP도 퀄리티 서비스의 장점을 대폭 수용하는 서로간의

장르넘기, 일종의 하이브리드(변종)가 대유행이었다.

역시 미국은 거시 경제학으로 나를 압도했다. 행사를 방문하는 순간 우리의 코엑스와는 비교가 안되는 엄청난 규모가 나를 질리게 만든 것이다. 하지만 나를 가장 놀라게 한 것은 미시 경제학이었다. 필자는 그동안 해외출장의 관례대로 되도록 많은 사람들을 만나 그들에게 명함을 전해 주려고 영어 명함을 수백장이나 들고 갔다. 그러나 현장에서는 단 한 장도 필요하지 않았다. 부스마다 인프린트 기계가 설치돼 있어서 필자의 ID 카드를 크레디트 카드처럼 그냥 긁어 버리면 내 정보가 상대방에 입력이 되는 시스템

이었다. 3년 전 해외 출장을 처음 갔을 때와 비교하면 정말 격세지감이란 느낌을 받았다. 1년 전의 인터넷은 이미 한참 전의 유행으로 지나가 버릴 정도로 인터넷의 발전 속도는 눈부셨다.

네트워크 문외한인 필자에게도 너무나 자주 눈에 띄는 단어들 있었다. 바



로 2V였다. VPN(가상 사설망 · Virtual Private Network)과 VoIP(IP를 통해 데이터와 음성을 동시에 전달하는 기술)가 2세기 마지막 네트워크 축제의 화두였던 것이다.

윈도우 2000을 적극 홍보한 마이크로소프트사를 비롯, 대부분의 업체들은 자사 제품들이 VPN을 지원한다고 한결같이 강조했다. 인트라넷의 보안성과 인터넷의 개방성을 동시에 갖춰 차세대 네트워크 기술의 총아로 올라선 VPN은 이미 기술적으로는 완성 단계에 들어섰고 본격적인 가입자 모집 단계만이 남았다는 인상을 받았다. 이 기술을 쉽게 설명하면 애플랜타로 출장 온 필자가 인터넷을 통해 회사 랜 환경에 마음대로 들어가서 업무를 볼 수 있게 되는 것

이다. 즉 인터넷이라는 공중 통신망을 마치 개인의 시설망처럼 이용할 수 있게 되는 것으로서 이번 박람회는 VPN의 밀레니엄 즉위식이라고 해도 과언이 아니었다.

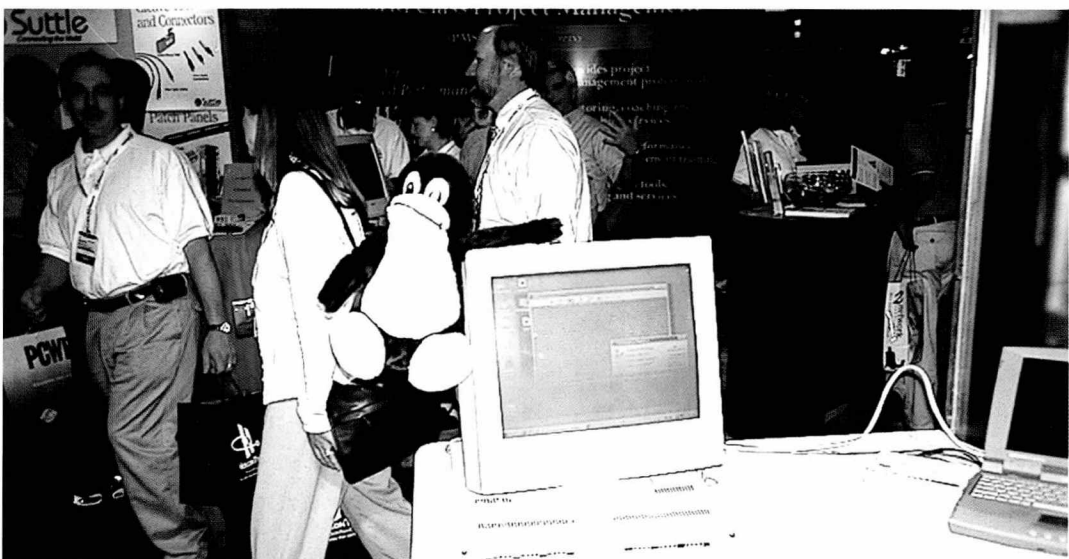
VPN과 관련해서 네트워크에 저장장치를 합친 NAS라는 용어도 자주 등장했다. 랜에 하드디스크를 붙여 놓아 하나의 망으로 통합된 마을에서 이 장치를 공유하면서 쓸 수 있도록 하는 부스가 적지 않았다. 이와 관련 인터넷 상에서 홈페이지, E-메일 공간 외에 가상의 하드 디스크 공간을 주는 인터넷 서비스 업체들의 부스도 간간히 눈에 띄었다. 우리도 애플리케이션 공간으로 일정량의 저장 공간을 주는 인터넷 서비스 업체가 등장하고 있는데 미국에서는 이미 인기를 끌고 있었다.

VoIP 또한 기술적으로 상당히 안정적인 모습을 보여 주었다. VoIP는 인터넷을 통해 전화나 팩스 등을 보내는 것으로 시내 전화 요금으로 시외 전화 국제 전화 서비스를 받을 수 있는 기술을 말한다. 인터넷 폰과 비슷하지만 달리 게이트웨이를 추가로 설치하는 등의 절차가 필요 없다. VoIP 기술을 쉽게 설명해주는 대형 도표는 전시장 부스마다 넘쳐났고 여기저기 설치된 전화 부스 또한 VoIP의 높은 인기를 말해

주는 듯했다. 필자는 시스코사에서 제공한 전화 카드를 이용해 미국내로 전화를 해 보았는데 아직까지는 일반 전화보다 잡음이 많은 편이라는 느낌을 받았다. 시스코를 비롯한 VoIP 관련 업체들의 부스가 가장 화려한 볼거리를 제공했다.

행사장의 최대 볼거리였던 프리젠테이션 쇼에 동원된 사람들이 필자는 모두 연예인인 줄 알았다. 타임스텝이란 네트워크 회사는 오스틴 파워즈 복장을 입고 나와 영화 장면을 패러디하면서 자사 제품을 선전했고 또 어떤 곳은 재즈 그룹 맨해탄 트랜스퍼처럼 하고 나와 그룹의 노래에 맞춰 자사 캠페인 송을 불렀다. 멋진 글래머 여성이 나와 자사의 전략에 대해 로드맵을 하는 곳도 있었다. 이들이 속칭 도우미나 고용된 연예인인 줄 알았던 필자는 거의 대부분 회사 직원들이라는 설명에 다시 한번 놀랐다. 미국인이 끼 많고 쾌활한 줄은 알았지만 이 정도까지인 줄은 몰랐던 것이다. 네트워크 기업들의 영업 부장들은 예쁜 글래머 여성들이 많다고 하는데 이 점도 내 고정 관념을 깨는 사실이었다.

기조연설 가운데에서는 '이용자 주머니 속에 인터넷을 넣겠다'는 요지로 연설한 노키아사의 조르마 올리아 회장의 기조연설이 인상적이었다. 그는 2004년



이런 PC보다 휴대폰으로 인터넷을 더 많이 이용할 것이라고 예측했다. 그가 그 말을 하자마자 여기저기서 이런 말들이 들려 왔다. “인터넷에 관한 모든 예측은 지나고 보면 다 틀린다. 2년 뒤라고 하면 1년 안에 실현되고 5년 뒤라면 2년 안에 이루어진다”는 얘기가 들어왔다.

노키아사는 자사가 중심이 돼 개발한 블루투스에 대해서 특히 강조를 했다. 이 기술을 이용하면 휴대폰을 가방이나 주머니에 넣은 채로 다른 기기와 통신할 수 있다. 디지털 카메라로 촬영한 영상을 PC 등에 접속하지 않고도 일정 거리 안에서 그대로 전송할 수 있는 것이다.

휴대폰으로 인터넷을 사용하려면 텍스트 위주의 기존 HTML언어는 조금 불편하다. 그래서 XML(Extensible Markup Language)이 이번 컨벤션에서는 주목을 모았다. 박람회와 함께 열린 컨퍼런스에서는 ‘XML이 HTML을 대체할 것인가’라는 주제의 세미나가 있었지만 아직까지는 비싼 가격 때문에 대중적인 파급력은 조금 부족하다는 것이 현지 반응이었다.

초고속 인터넷과 관련 두드러진 특징은 지난해까지 초강세를 보였던 케이블 모뎀이 시들해진 반면 ADSL 등 DSL(디지털 가입자 회선) 관련 제품들이 거의 독무대를 이루었다는 점이다. 어느 부스를 가나 ADSL, SDSL, HDSL 등 DSL 일색이었다. 기초연설을 한 AT&T사의 캐서린 B 얼리사장은 2000년까지 미국내에 2000개의 DSL 팍(기지국)을 만들겠다고 발표했지만 케이블 모뎀에 대해서는 그다지 많은 비중을 두는 것 같지는 않았다. 라스베이거스에서 열린 춘계 인터콕에서는 케이블 모뎀이 많이 선보였다고 하는데 아마 송출 영역에 제한이 있는 케이블 모뎀에 비해 값과 안전성 면에서 DSL쪽이 낫다는 쪽으로 결론이 난 것은 아닌가 한다.

전자상거래에 관해서도 한국에서와는 다른 특별한 관찰을 했다. 450여개 부스 가운데 가장 오랫동안

필자의 발걸음을 잡아 둔 곳은 캐나다의 네트워크 그룹인 노텔의 부스였다. 그곳은 e-commerce보다 e-media가 보여 줄 폭발적인 성장에 기대를 거는 듯했다. 부스에서 만난 한 세일 담당자는 국내에서도 화제가 됐던 N세대(현재 12세에서 19세까지의 네트워크에 능한 세대)를 지칭하며 이들은 커뮤니케이션이 없으면 못 사는 세대라고 말했다. 이들 때문에 와이얼리스 랜, PDA 등의 사업이 더욱 더 발전할 것이고 2004년이면 이들의 구매력 덕분에 e-media 시장이 e-commerce 시장보다 더 커질 것이라는 예측을 했다.

3박4일 동안 부스를 빠짐없이 돌아 본 필자는 ‘미국에서는 인터넷 인프라 열풍이 다시 한번 세차게 불고 있다’는 인상을 강하게 받았다. 물론 이번 행사에서도 e-commerce가 중요한 이슈였지만 ‘어떤 기발한 이벤트를 동원하면 회원수를 늘릴 수 있느냐’는 주제가 아니라 ‘완벽한 지불·보안책이 무엇이냐’가 주된 테마였다. 지불·보안책과 관련, 미국의 레인보우 테크놀러지가 선보인 인터넷 키도 인상적이었다. 현재 50 달러로 가격이 책정이 돼 있는 이 인터넷 키는 USB 단자에 키를 꽂아 놓고 외출 시 잠가 놓으면 그 키 번호를 아는 사람 말고는 함부로 PC를 사용하지 못하도록 하는 장치다.

필자를 네번째이자 마지막으로 놀라게 한 것은 이번 행사에 우리나라 부스가 마련돼 있었다는 사실이다. 관람객이기는 했지만 우리가 직접 벤틀러로서 참여했다는 사실 자체는 흐뭇했다. 하지만 박람회의 전반적인 분위기와는 약간 따로 노는 것 같았다. 박람회장에 특정 국가의 국기가 걸려 있고 그 밑에 그 국가의 기업들이 한 자리에 모인 곳은 우리밖에 없었다. 내용도 조금 아쉬움이 남았다. 인터넷 액세스 업체나 백본 업체들은 별로 눈에 띄지 않았고 멀티미디어 소프트웨어사로 유명한 각테일사, 검색엔진 개발사 등이 세계인을 상대로 열린 홍보전을 펼쳤다. 이들의 고향에 박수라도 쳐주고 싶었다.