

# 쉽고 빠른 인터넷 세상 여는 '한글 키워드 서비스'

## 넷피아 독주에 디지털네임즈 도전장 ... 서비스 활성화 과제로 남아

'www'는 인터넷의 상징과도 같다. 지금까지 인터넷이 폭넓게 보급될 수 있었던 이유 중 하나는 어려운 숫자 도메인(IP Address)을 간단한 영문으로 바꿔 입력할 수 있는 시스템이 등장했기 때문이다. 이를 기반으로 몇몇 얼리 어답터 혹은 전문가급 유저만의 전유물처럼 여겨지던 인터넷이 대중화되기 시작했다. 국내에서도 이와 유사한 움직임이 나타나고 있다. 영문에 익숙하지 않은 어린이, 노인 등의 계층도 쉽게 인터넷을 접하고 이용할 수 있도록 한글 키워드 서비스가 시작된 것. 한글 키워드 서비스 보급의 선봉에 우뚝 선 넷피아닷컴과 디지털네임즈를 분석했다.

글 김문영 객원기자

인터넷이 등장한 이후 웹 사이트를 방문하게 해주는 인터넷 주소, 즉 도메인은 꾸준히 변천해왔다. 초기 인터넷 이용자라면 111. 222. 33. 4 형식의 IP 주소를 입력해 웹 사이트를 방문한 경험을 갖고 있을 것이다. 이후 좀더 기억하기 쉬운 www.abc.co.kr 형식의 영문 도메인 이름이 등장했다. 개연성이 없는 숫자 도메인과 달리, 영문 도메인 이름은 웹 사이트가 담고 있는 주제 또는 내용과 연관성이 있는 단어를 사용할 수 있었기 때문에 획기적인 주소체계로 각광 받았다. 영문 도메인 이름의 등장 초기에는 되도록 짧고, 쉬운 단어를 도메인 이름으로 확보하고자 하는 경쟁이 일어 나기도 했다. 좋은 도메인 이름이 고가에 경매되는 일도 있었다.

검색 서비스가 보편화되면서 도메인 이름의 중요성은 다소 감소하는 것처럼 보였다. 정보통신부 웹 사이트 주소가 'www.mic.go.kr'이라는 것을 모른다 해도 검색 포털 사이트를 이용하면 '정보통신부'라고 입력하는 것 만으로도 간단히 웹 사이트를 찾을 수 있게 됐

다. 웹 사이트 수가 기하급수적으로 증가하면서 짧고 쉬운 도메인 이름을 선점하지 못한 개인 혹은 기업들은 길고 복잡한 도메인 이름을 사용할 수밖에 없게 됐다. 이에 길고 복잡한 영문 도메인 이름을 인터넷 이용자들에게 인지시키기보다는 검색 사이트에 웹 사이트를 등록하는 편이 낫다고 판단하게 됐다.

20~30대 젊은 계층 뿐 아니라, 중장년층을 넘어 노인계층으로까지 인터넷 인구가 확대되면서 좀더 쉽고 간단한 인터넷 접속체계가 필요해졌다. 영어를 전혀 모르거나 알파벳으로 된 영문 도메인 이름에 어려움을 느끼는 사람이라면 검색 서비스를 이용해 원하는 웹 사이트를 찾을 수 있다. 하지만 특정 웹 사이트를 찾기 위해 일일이 검색엔진을 이용해야 하는 불편, 검색엔진을 이용하기 위해 검색 포털 사이트의 영문 도메인을 입력해야 하는 불편은 여전히 남아 있었다. 숙달된 네티즌이라면 검색엔진을 즐겨찾기(북마크)에 등록해 두겠지만, 그렇지 않은 인터넷 이용자는 원천적으로 웹 사이트를 이용하는 데 불편을 겪을 수밖에

에 없다.

한글 도메인 이름에 대한 논의는 진작부터 이뤄져왔다. .com이나 .co.kr의 앞부분, 즉 특정 웹 사이트의 고유명칭에 해당하는 부분을 한글로 바꾸기 위한 연구가 계속됐다. 한글 도메인 이름은 www.mic.go.kr로 표시되는 웹 사이트 주소를 www.정보통신부.go.kr로 표시하는 방식이다.

한글 도메인 이름은 국내 도메인을 관리하는 공식 기관인 KRNIC(한국인터넷정보센터)가 운영하고 있다. .com과 .net에 대한 한글 도메인 이름, 즉 '한글.com'이나 '한글.net'은 실제로 .com과 .net을 운영하는 미국의 영문도메인 및 다국어 도메인 이름 관리업체인 베리사인(Verisign)사에서 관리하고 있다. 국내에서는 도메인 등록업체인 후이즈 등에서 등록을 대행하고 있다.

한글 도메인 이름은 영문에 비해 인지하거나 기억하기가 쉽다는 장점이 있고 정보 격차 해소에도 크게 기여할 것으로 여겨졌다. 그런데 '한글.co.kr'이나 '한글.com' 방식으로 한



글 뒤에 .co.kr 이나 .com 을 붙여야 하며, 이 서비스를 사용하기 위해 베리사인사가 개발한 별도의 프로그램을 설치해야 하는 번거로움이 따른다.

### 한 단어로 접속하는 한글 키워드

웹 사이트에 접속하려면 브라우저의 주소창에 도메인 이름을 입력해야 한다. 도메인 이름은 영문이든 한글이든 'abc.co.kr' 혹은 '가나다.co.kr'의 형태를 갖고 있다. 영문보다 자국어 도메인 이름이 쉽게 받아들여질 수 있음에도 불구하고 이전 도메인 이름의 형태에서 벗어나지 못한 점은 한계로 지적되고 있다.

한글 키워드는 도메인 이름 형태 자체를 '키워드'로 압축한 방식이다. 웹 브라우저의 주소입력창에 영문이나 한글 도메인 이름 대신 회사명 · 상품명 · 상표명 · 서비스명 등 특정 키워드만 입력하면 해당 사이트로 연결된다. 정보통신부 홈페이지에 방문하기 위해 www.mic.go.kr이나 www.정보통신부.go.kr 대신 '정보통신부'만 입력하면 된다.

한글 키워드 서비스는 복잡한 도메인을 입력하거나 검색 서비스를 거칠 필요 없이 간단한 키워드만 입력해 이용자가 원하는 웹 사이트에 더욱 쉽게 접근할 수 있도록 하는 인터넷 내비게이션 서비스라 할 수 있다. 이 서비스는 도메인 이름 서비스와 근본적으로 다르다. 혼

히 사용하는 영문 도메인 이름이나 새로운 한글 도메인 이름과 비슷해 보이지만 실제로는 한 단어 정도의 간단한 키워드를 입력하면 자동적으로 영문 도메인 이름(내지 IP Address)으로 바꿔주는 방식이다. 즉, 인터넷 사용자가 입력해야 할 영문 도메인 이름을 단순하고 쉬운 형태로 입력할 수 있게 한 서비스다.

한글 키워드 서비스는 넷피아가 '키워드 한글네임'이라는 서비스명으로 가장 먼저 선보였다. 넷피아의 서비스는 KT, 온세통신 등 국내 주요 ISP와 제휴를 통해 제공된다. ISP의 도메인 네임 서버 레벨에서 인터넷 사용자가 입력한 키워드를 영문 도메인 이름으로 바꾸는 방식이다. 넷피아는 '키워드 한글네임'이라는 서비스명을 '한글인터넷 주소'로 바꾸고 한글 키워드 서비스 시장을 거의 독식해왔다.

이후 한글 키워드 서비스 시장은 디지털네임즈 등의 가세로 경쟁 국면에 접어들었다. 디지털네임즈는 '인터넷 키워드'라는 서비스명으로 넷피아와 다른 방식의 서비스를 제공하기 시작했다. 한글.co.kr 형태의 한글 도메인 이름과 키워드 형태가 경쟁을 하는 상황은, 키워드 형태의 서비스 업체가 늘어나면서 춘추 전국시대를 방불케 하는 경쟁구도로 바뀌었다. 키워드 입력 형태 서비스는 넷피아의 '한글인터넷 주소'라는 명칭이 보편적으로 사용되고 있지만 디지털네임즈의 '인터넷 키워드'

까지 포괄하는 정식 명칭은 없다. 심지어 한글 도메인 이름과도 종종 혼용되기도 한다.

### 넷피아의 자국어 인터넷 주소

넷피아의 '한글 인터넷 주소'는 www로 시작하는 영문 도메인 이름 대신 개인 실명 · 회사명 · 상품명 · 서비스명 등을 주소입력창에 입력해 인터넷 주소처럼 사용할 수 있는 인터넷 연결 서비스다. 한글 뿐 아니라 영문, 숫자도 키워드로 사용할 수 있으며 조합한 형태도 가능하다. 따라서 고유명사 뿐 아니라 전화번호, 기념일 등도 키워드로 이용할 수 있다.

넷피아는 등록방법 · 등록기간 · 사용목적 등에 따라 다양한 서비스 종류와 가격체계를 선보이고 있다. 크게 일반형 · 숫자형 한글인터넷 주소와 비영리 목적 주소로 구분된다. 일반형 · 숫자형 서비스는 다시 기본형 · 고급형 · VIP형으로 나뉜다. 비영리 목적의 한글인터넷 주소는 다시 비영리기관형 · 개인이름형 · 클럽형 등으로 세분된다. 등록기간은 기본 1년이며, 3개월 단기형도 있다.

일반형 · 숫자형 서비스는 동시 등록 가능한 키워드 수와 지정 사용건수에 따라 세분된다. 사용건수는 인터넷 이용자가 한글인터넷 주소를 입력해 해당 사이트로 이동한 횟수를 말한다. 지정 사용건수를 초과할 경우, 건당 11원의 초과수수료가 부과된다. 기본형은 동

시등록 키워드수가 6개이며 지정 사용건수는 월 3만건이다. 고급형은 동시등록 키워드 수 11개, 지정 사용건수는 월 10만건이다. VIP형은 동시등록 키워드 수 11개, 지정 사용건수는 월 30만건이다. 세 종류 모두 등록수수료는 9만9,000원이고 유지수수료가 각각 9만9,000원 · 16만5,000원 · 49만5,000원이다.

비영리 목적의 한글 인터넷 주소는 비영리 기관이나 개인, 클럽을 위한 서비스다. 비영리 기관형은 등록 수수료가 9만9,000원, 유지수수료가 연간 6만6,000원이다. 정부기관 · 지방자치단체 · 공공단체 · 사회단체 등 비영리 기관이 비영리 목적으로 등록할 수 있다. 개인 이름형은 비영리목적의 개인 실명으로 등록할 수 있다. 반드시 실명을 사용하거나 실명에 직위, 직책 등을 붙여 확장한 형태로만 등록이 가능하다. 등록수수료 1만1,000원, 유지수수료 1만1,000원으로 가장 저렴한 형태.

클럽형은 미니홈피 · 카페 · 동호회 · 팬클럽 등 비영리적 성격으로 운영되는 클럽이 사용할 수 있다. 단체 또는 개인이 등록할 수 있고 블로그 · 미니홈피 · 팬클럽 · 카페 · 동호회 · 동문회 · 동창회 · 누리집 중 하나 이상의 단어를 포함한 형태로 등록된다. 등록 수수료 없이 연 1만1,000원의 유지수수료만으로 이용할 수 있다.

한글 인터넷 주소는 주소창에 키워드를 입력하면 해당 사이트의 영문 도메인 이름으로 연결되는 서비스다. 서비스 종류에 따라 다수의 한글인터넷 주소를 설정할 수 있고, 이 주소는 영문 도메인 이름과 일대일로 연결된다. 이용자가 자신의 블로그를 한글인터넷 주소로 설정하고 싶다면 블로그 서비스 업체가 제공하는 영문 도메인 이름을 사용하면 된다. 홈페이지나 블로그 등 영문 도메인을 갖고 있지 않아도 한글인터넷 주소를 등록할 수 있다. 넷피아가 제공하는 URL로 연결해두고 나중에 실제 사용할 도메인이 정해지면 정보변경을 이용하면 된다.

**디지털네임즈의 인터넷 키워드 서비스**

디지털네임즈는 '인터넷 키워드(Internet Keyword : IK)' 라는 이름으로 한글 키워드

서비스를 제공하고 있다. 인터넷 키워드는 웹 브라우저의 주소입력창에 영문 도메인 대신 회사명 · 상품명 · 상표명 · 서비스명 등을 입력해 원하는 페이지로 이동할 수 있는 시스템이다.

웹 사이트를 알리고자 하는 사람(또는 기업)의 신청에 의해 등록되고 그 키워드를 입력하는 사용자가 웹 사이트를 찾음으로써 서비스가 이뤄진다. 등록하는 키워드의 성격에 따라 크게 기업형 키워드와 일반형 키워드로 나뉜다. 기업형 키워드는 상표, 서비스명 등을 키워드로 등록하는 것으로서 오프라인에서 권리관계를 증명할 수 있어야 한다. 상표 · 법인 상호 · 공공기관 · 공공사업명 등이 이에 해당한다. 동일한 이름뿐 아니라 유사 이름도 가능하다. 등록된 키워드와 해당 홈페이지를 1:1로 연결해 보여준다.

일반형 키워드는 오프라인에서 입증할 수 있는 권리가 없더라도 누구나 등록할 수 있는 키워드 서비스다. 특별한 조건이나 제한 없이 등록할 수 있으며 개인도 사용 가능하다. 인터넷 사용자가 키워드를 주소창에 입력하면 등록된 웹 사이트로 연결되며 화면 좌측에는 해당 키워드와 관련된 다수의 검색결과가 함께 나타난다.

기업형 키워드는 키워드와 신청자의 관계를 입증해야 등록할 수 있다. 키워드와 신청자의 적합성을 심사하는 절차를 거친다. 승인 심사에 필요한 자료는 법인상호등록번호, 상표 등록번호 등이다. 기간은 영업일 기준으로 약 7일이 소요된다. 비용은 연간 6만6,000원, 2년 등록 시 11만원이다. 일반형 키워드 역시 신청자와 키워드의 적합성, 사이트의 연관성을 확인하기 위한 승인 심사 기간이 7일 정도 소요된다. 등록비용은 1년 4만4,000원, 2년 8만8,000원이다.

인터넷 사용자가 키워드 서비스를 이용하려면 '키워드 도우미' 라는 별도의 프로그램을 설치해야 한다. '키워드 도우미' 는 사용자가 주소창에 입력한 키워드를 원래 영문 도메인 이름으로 변환해 키워드가 등록된 웹 사이트로 연결해주는 프로그램이다. 키워드 뿐 아니라 한글 도메인 이름 또한 이용할 수 있다. 한

글.co.kr/ 한글.com/ 한글.net 등 KRNIC과 베리사인이 관리하는 한글 도메인 이름 서비스를 이용하기 위해서는 원래 별도의 프로그램을 설치해야 하는데 '키워드 도우미' 프로그램을 설치하면 인터넷 키워드 서비스와 한글 도메인 이름 서비스를 함께 이용할 수 있다.

디지털네임즈의 인터넷 키워드 서비스는 사용자 PC에 프로그램을 설치해 이용하는 방식이므로, 철저히 이 서비스를 이용하기 원하는 사용자에게만 유효한 서비스다. 비용을 지불하고 키워드를 등록하는 등록자 입장에서는, 가능한 한 많은 인터넷 사용자가 인터넷 키워드 서비스를 이용할 수 있어야 한다. 디지털네임즈는 다음 · 야후 · 네이트 · 넷마블 · MSN · 하나로통신 · 두루넷 등 50여개 업체들과 제휴해 '키워드 도우미' 프로그램을 배포하고 있다.

**공공의 이익을 위한 유보어**

인터넷이 활성화되기 시작하고 무수히 많은 웹 사이트가 등장하던 무렵에는 영문 도메인 이름 선점 경쟁이 치열했다. 상상을 초월하는 가격에 도메인 이름이 경매되기도 했다. 개인이 특정 회사명 혹은 상표명의 도메인 이름을 선점하는 바람에 뒤늦게 이를 파악한 기업이 막대한 도메인 이름값을 치른 에피소드도 있었다.

한글 도메인 이름 혹은 한글 키워드 서비스에 대해서도 도메인 선점을 위한 과열경쟁 우려가 제기됐다. 이 서비스들도 '선접수, 선등록' 원칙, 즉 먼저 신청하고 먼저 등록한 사람에게 소유권이 주어진다. 때문에 모든 단어에 이 기준을 적용할 경우 영문 도메인 이름과 마찬가지로 여러 폐단이 발생할 수 있다. 한글로 등록할 수 있는 단어 중에는 특정 개인이나 기업에만 관련되지 않은 단어도 상당수 존재하기 때문에 '선접수, 선등록' 원칙을 그대로 적용할 경우, 공공의 이익과 관련된 단어를 특정 개인이나 기업이 소유하고 영리목적으로 활용하는 문제가 발생할 수 있다.

이러한 문제의 소지를 없애기 위해 넷피아와 디지털네임즈 등 한글 키워드 서비스를 제공하는 업체들은 유보어를 분류하고 등록을 방지하는 정책을 펼치고 있다. 유보어란 공공

의 이익을 위해 범용적으로 사용할 필요가 있다고 판단돼 등록 불가한 키워드로 분류한 단어를 말한다.

디지털네임즈는 검색어, 분류어 등 웹 내비게이션에 사용되는 단어를 유보어로 분류한다. 약 9,000 단어를 유보어로 분류하고 있다. △산·강·바다 등의 자연명 △시·도·군·구를 포함한 지역명이나 거리명 등의 행정구역명 △국경일, 행사명 등 국내외에서 범용적으로 사용하는 행사관련 키워드 △의학·경제·인터넷 등에서 공공의 목적으로 사용될 필요가 있는 전문용어 △오프라인 상 실권리를 증명할 수 있는 경우를 제외한 모든 숫자 △ 지나치게 선정적이고 폭력적인 비속어 △상기 유보어 기준에 북한 관련 단어가 붙는 경우 △대륙명·국가명·해양명 등 외국 관련 키워드 등이 유보어 분류 기준이다.

예를 들어, 도메인·한국·쇼핑몰·자동차·은행·선물·한강·감기 등이 실제 유보어의 예다. 유보어로 분류된 단어는 키워드 등록 대상에서 배제한다.

인터넷 사용자가 유보어를 입력할 경우, 포털 사이트의 검색결과를 노출한다. 포털 사이트와 상호 보완관계를 형성해 인터넷 사용자의 서핑 편의와 만족도를 극대화한다는 방침이다. 디지털네임즈는 유보어에 예외 규정을 부여해 유보어가 유명 상표 또는 법인 상호명에 해당할 경우 심사를 거쳐 실권리자에게 등록을 허가한다.

넷피아 역시 국가명, 지명, 국가기관명, 사건명, 인명, 미풍양속을 해치는 단어 조합 등을 등록불가능한 유보어로 분류한다. 실권리자의 유보어 해제 신청이 있는 경우 해제신청서를 운영위원회에 상정하고 그 결과에 따라 등록 가능한 단어로 분류할 수 있다.

### 기업과 사용자의 동시 만족

한글 키워드의 장점은 등록하는 주체와 사용하는 주체로 나눠 생각해 볼 수 있다. 키워드를 등록하는 주체는 인터넷 사용자가 더욱 쉽게, 자신이 운영하는 웹 사이트로 이동하도록 하기 위해 이 서비스를 이용한다. 인터넷 사용자가 입력한 키워드와 등록된 키워드가

〈표 1〉 넷피아닷컴 vs 디지털네임즈 주요 현황

구분	넷피아닷컴	디지털네임즈
설립일	1997년 7월 10일	2003년 8월 5일
서비스 시작일	2000년 5월	2004년 3월
대표이사	이금룡, 이판정	조관현
직원수	158명	16명
사업 내용	자국어(한글)인터넷 주소 서비스, 자국어(한글)e메일주소 서비스	인터넷 키워드 서비스
홈페이지	www.netpia.com	www.digitalnames.net

〈표 2〉 넷피아닷컴 vs 디지털네임즈 주요 연혁

넷피아닷컴	
1997. 07	IBI 법인 설립
1998. 12	서버 방식의 한글인터넷 주소 서비스(rDNS) 개발
1999. 02	세계 최초 한, 중, 일 자국어인터넷 주소 (응용프로그램방식) 동시 시범 서비스 실시
1999. 09	비영어권 최초 한글네임(한글인터넷 주소) 상용화 서비스 시작
2000. 03	넷피아닷컴으로 회사명 변경
2000. 08	하나로통신 등 ISP 제휴 통해 DNS방식 한글네임 (한글인터넷 주소) 시대 본격 개막
2001. 06	키워드한글네임(한글인터넷 주소) 일평균 사용건수 600만 건 돌파
2001. 06	태국 NIPA사에 인터넷 태국어주소 시스템 공급 최종 계약 체결
2001. 08	'키워드한글네임'에서 '한글 인터넷 주소'로 서비스명 변경
2002. 04	숫자 인터넷 주소 정식 서비스 실시
2002. 07	리얼네임즈 한국 서비스업체 HINC 인터넷 키워드 인수, 서비스 제공
2003. 02	80개국 자국어 인터넷 주소 서비스 개발
2003. 07	한글이메일주소 상용화 서비스 실시
2003. 09	한글이메일주소사업부문 미소닷컴, 도메인사업부문 아이비아이닷컴 분사
2004. 03	불가리아어 인터넷 주소 시범서비스 개통 발표회 개최 - 불가리아 소피아
2005. 04	터키어인터넷 주소 서비스 개시(JVC 넷피아-터키 설립)
2005. 06	클럽형 한글인터넷 주소 무료등록 시행
디지털네임즈	
2003. 08	디지털네임즈 설립
2003. 11	한국마이크로소프트와 키워드 파트너 계약체결
2003. 12	아이네임즈·후이즈·우호티엔씨 등과 등록대행사 계약 체결
2003. 12	인터넷 키워드 예약등록 개시
2004. 02	아이디엔에스와 서비스 제공 위한 전략적 제휴 체결 및 적용
2004. 02	플레너스(넷마블 사이트 운영)와 서비스 제공 위한 전략적 제휴 체결
2004. 03	넷마블 등 다수의 배포제휴업체들 통해 플러그인 배포 개시
2004. 04	개인형 인터넷 키워드 서비스 개시
2004. 05	인터넷 키워드 유료 등록서비스 개시
2004. 05	SK커뮤니케이션과 서비스 제공 위한 전략적 제휴 체결
2004. 06	플러그인 배포 1000만 돌파
2005. 03	다음커뮤니케이션과 서비스 제공 위한 전략적 제휴 체결
2005. 04	두루넷과 서비스 제공 위한 전략적 제휴 체결
2005. 05	야후코리아와 서비스 제공 위한 전략적 제휴 체결
2005. 07	하나로텔레콤과 서비스 제공 위한 전략적 제휴 체결

일치할 경우, 1:1로 등록된 웹 사이트만 연결 되는 방식이다.

사용자가 쉽고 간편하게 특정 웹 사이트로 이동할 수 있다는 것은 웹 사이트를 운영하는

입장에서는 그만큼 다수의 사용자를, 효율적으로, 의도한 웹 사이트로 끌어들이 수 있다는 뜻이다. 웹 사이트가 기업·상품·브랜드 홍보의 주요 수단이 된 만큼, 한글 키워드 서비

스는 홍보주제에게 큰 이점을 제공한다.

이러한 키워드는 기업들이 고객에게 더욱 쉽게 제품, 서비스 등을 홍보할 수 있게 해준다. 회사·브랜드·서비스를 대표하는 한글이나 숫자를 주소로 사용하므로 온라인과 오프라인에서 동일한 브랜드를 사용할 수 있다. 영문 도메인 이름을 사용하는 체계에서는 브랜드와 도메인 이름을 각각 홍보해야 했다면, 한글 키워드 서비스를 이용하면 브랜드 하나만 확실히 알리면 된다. 효과적인 통합 마케팅을 가능케 하는 셈이다.

또한 한글 키워드를 등록하면 서비스 업체가 제공하는 각종 통계 자료를 이용할 수 있다. 등록된 키워드를 얼마나 많은 인터넷 사용자가 입력했는지, 실제 사이트 방문자수는 어느 정도인지를 파악할 수 있다. 광고홍보 목적으로 인터넷 키워드 서비스를 이용하는 쪽에는 광고 효과에 대한 검증이 이뤄진다.

한글인터넷 주소의 태생이 인터넷사용자의 편의를 확보하기 위해서였다는 점을 상기해 본다면, 인터넷 키워드는 인터넷사용자에게도 매우 편리하고 효율적인 인터넷 내비게이션을 제공한다는 점을 알 수 있다. 검색서비스가 보편화된 지금은, 인터넷사용자가 특정 웹 사이트의 주소를 굳이 기억하지 않더라도 검색엔진을 통해 찾고자 하는 사이트를 쉽게 찾을 수 있다. 인터넷 키워드 서비스는 더욱 편리한 검색기 역할을 수행한다. 검색포털을 거치지 않고 주소창에 입력하면 바로 원하는 결과물을 찾을 수 있기 때문이다.

**서비스 활성화가 성장 관건**

한글 키워드 서비스는 등록자와 인터넷 사용자에게 모두 의미있는 서비스지만 여전히 많은 과제를 안고 있다. 서비스의 편의성이나 효용성에도 불구하고 서비스 자체가 아직 활성화되지 않았다는 점은 시사하는 바가 크다.

한글 키워드 서비스의 활성화에 가장 큰 걸림돌로 작용하고 있는 것은 서비스 제공업체마다 다른 서비스 방식이다. 넷피아는 KT 등 ISP와의 제휴를 통해 서비스를 제공한다. ISP 수준에서 한글인터넷 주소가 영문 도메인 이름으로 자동 변경되기 때문에 사용자는 별도

의 프로그램을 설치하지 않고도 한글인터넷 주소를 이용할 수 있다.

넷피아가 시장을 거의 독점하고 있는 상황에서, 후발주자들이 다른 방식의 서비스로 가세했다. 디지털네임즈는 사용자 PC에 플러그인 프로그램을 설치해 이용하는 방식으로 서비스를 제공한다. 클라이언트 방식이기 때문에 ISP를 통해 서비스를 제공하는 넷피아 서비스에 우선한다. 이 프로그램을 설치한 후 주소창에 키워드를 입력하면 넷피아의 처리결과가 아니라 디지털네임즈의 처리결과가 적

**넷피아닷컴** 1997년 세계 최초로 서버방식의 자국어 인터넷 주소 시스템을 개발했다. 1999년 한글 인터넷 주소 서비스 상용화에 성공했고 자국어 인터넷 주소 분야에서 첨예하게 대립하던 리얼네임즈가 파산하면서 한글인터넷 주소 서비스 시장을 장악했다. 이후 이메일주소 한글화와 비영어권 국가의 자국어인터넷 주소 보급에 앞장서고 있다. 전세계 95개국 80개 언어의 자국어 인터넷 주소 기술을 개발했다. 대만·그리스·태국·일본·중국·불가리아·방글라데시 등 아시아와 유럽의 비영어권 국가에 자국어인터넷 주소의 표준모델을 수출하고 있다.

**디지털네임즈** 넷피아가 독식하고 있던 한글 키워드 시장에 플러그인 프로그램을 이용한 클라이언트 방식의 서비스로 도전장을 던졌다. 1,500만 카피 배포에 성공하며 넷피아의 강력한 라이벌로 자리잡았다. 까다로운 키워드 등록 정책, 유보어 관리 정책을 펼치며 안정성 높은 양질의 키워드 서비스를 제공하고 있다. 다음·야후·네이트 등 포털사이트, 하나로통신·두루넷 등 ISP와의 제휴로 프로그램 배포 및 키워드 등록 유도에 박차를 가하고 있다.

용된다.

넷피아는 디지털네임즈의 플러그인 프로그램이 자사 서비스 이용을 제한하기 때문에 ISP를 통해 제공하는 방식에 클라이언트 방식을 추가했다. 즉, 넷피아의 서비스도 플러그인 프로그램을 설치해 이용할 수 있게 했다. 인터넷 사용자도 원하는 서비스를 선택할 수 있게 된 것이다.

다만 이렇게 다른 서비스 방식은 필연적으로 키워드 등록자에게 부담을 줄 수 있다. 인터넷 사용자가 넷피아든 디지털네임즈든 어느 쪽 프로그램을 선택해 사용하든 자기가 등

록한 한글 키워드를 이용할 수 있게 하려면 넷피아와 디지털네임즈 양쪽에 키워드를 등록해야 한다.

만만치 않은 이용료와 통일되지 않은 이용 방식 때문에 키워드를 등록해야 할 쪽도 등록 자체를 꺼리거나 어느 한 쪽만을 선택하게 된다. 사용자 입장에서는 키워드를 입력할 때마다 원하는 사이트로 정확히 이동할 것을 기대하지만, 실제로는 그렇지 않은 경우가 많다. 검색엔진의 사이트 검색결과가 나타나는 수준이라면, 포털 사이트 한 군데를 더 거치는 수고를 감수하는 편이 나을 수도 있다.

넷피아는 한글인터넷 주소 활성화 정책을 펴고 있다. 한글인터넷 주소를 등록하는 개인이나 기업은 다양한 방법으로 한글인터넷 주소, 한글이메일주소 활성화 정책에 동참할 수 있고 이를 통해 추가 서비스 혜택을 받을 수 있다. 동참제는 자사 사이트 내 광고나 프로모션을 실시할 때 한글인터넷 주소를 함께 표기하기, 한글인터넷 주소 도우미 등 관련 프로그램 배포에 동참하기 등의 내용으로 실시된다.

동참제에 참여하면 월 지정 사용건수 증가 혜택을 받을 수 있다. 기본형 서비스는 월 지정 사용건수가 3만건에서 10만건으로, 고급형 서비스는 10만건에서 30만건으로, VIP형 서비스는 30만건에서 무제한으로 늘어난다.

디지털네임즈는 '인터넷 키워드 도우미' 자동설치 기능 달기를 꾸준히 유도하고 있다. 키워드 도우미 프로그램을 설치하지 않은 인터넷 사용자가 웹 사이트에 접속하면 프로그램 설치 의사를 묻는 창이 자동으로 나타나 설치를 유도하는 방식이다.

넷피아와 디지털네임즈는 개화기의 한글 키워드 시장에서 첨예하게 대립하고 있다. 가능한 한 많은 인터넷 사용자를 자기 서비스 이용자로 끌어들이고 가능한 한 많은 키워드 등록을 유도하기 위해 지금까지 특허권, 프로그램 배포 문제 등을 두고 분쟁해왔다. 하지만 소모적인 경쟁은 시장을 위축시키는 결과를 초래할 뿐이다. 양질의 유용한 서비스를 바라는 인터넷 사용자들의 요구를 어떻게 반영하고 충족시킬 것인지가 두 업체 모두에게 주어진 숙제다. ☹