

새로운 통신채널 '날아다니는 쪽지'

웹@매니아는 국내외 인터넷 솔루션의 벤치마킹을 비롯해 솔루션별 리뷰, 디렉토리 서비스, 뉴스 등을 제공하는 인터넷 비즈니스 전문 사이트(www.webmania.co.kr)이다. 본 코너에서는 웹@매니아에서 제공하는 벤치마킹 자료를 게재함으로써 인터넷 제품 선택에 가이드를 제시하고자 한다. 이번호에는 Instant Messenger의 기본 원리 및 제품별 특징에 대해 살펴본다. <편집자>



요즘 우리 나라는 인터넷 업계 호황기이다. 정부 주도로 많은 업체에서 전국민 정보화 운동 등의 이름으로 국민 인터넷 PC 사업이나 국민 일인당 이메일 갖기 운동, 초고속망을 염가에 각 가정에 보급하는 등의 다양하고 활발한 사업이 벌어지면서 우리 나라는 본격적으로 인터넷 시대로 가고 있다.

이러한 흐름에 발맞추어 메시지를 전달하고 소식을 나누는 방법도 크게 변화하고 있다. 무료 이메일을 제공하는 한 업체의 우편 처리량이 실제의 대형 우체국의 처리량을 능가한지도 오래이며, 그 편의성과 간편성으로 인해 생활 속에서 이제는 종이에 적은 편지보다는 이메일로 정보를 공유하고 안부를 묻는 것이 일상화되고 있다.

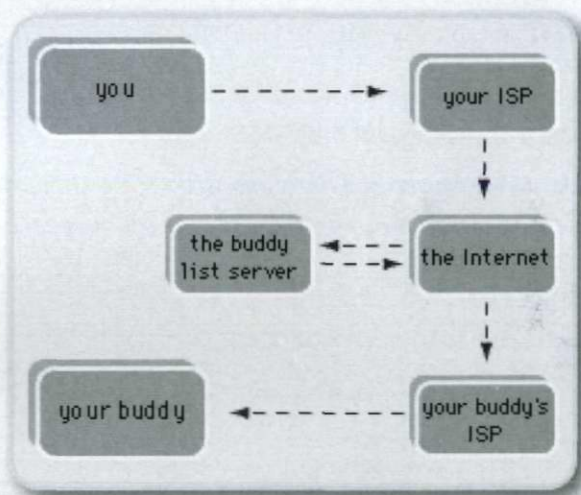
하지만 사람들은 이메일 보다 더 빠른 정보 공유와 통신을 원하고 있고, 이메일을 사용할 때의 수신 확인의 어려움이나 답장의 늦음 등의 여러 가지 불편한 점이 생기자 새로운 요구를 만들어 내게 되었다.

좀 더 빠르게 서로의 의견을 교환할 수는 없을까? 다른 작업을 하면서 사람들과 대화를 나눌 수 없을까? 이러한 사람들의 요구에 서비스 회사들은 또 하나의 통신채널을 만들어내게 되었는데 그것이 바로 IM(Instant Messenger의 준말 이하 IM: 인스턴트 메신저)이다.

작은 용량, 작은 창, 즉각적인 상대방의 메시지 확인, 사람들의

접속 상태의 시각적인 확인 가능 등의 기본적으로 비슷한 기능들을 지닌 이 메신저는 이미 전세계 8천만명 이상의 이용자들을 수용하는 거대한 통신채널이 되었다. 이제는 인터넷 통신의 표준으로 자리를 잡아가는 메신저 서비스 대해 파헤쳐 보자.

이 메신저들은 어떻게 작동하는 것인가? 그리고 어느 메신저가 나에게 맞는 것인가? 마지막으로 어떤 것이 좋은 것인가? 등을 제품별로 살펴봤다.



<그림> Instant Messenger의 기본 원리

Instant Messenger의 작동원리

모든 Instant Messenger의 근본적인 작동원리는 같다. 상대방이 온라인 상태임을 확인하면 사용자는 Instant Message를 보낼 수 있다. 이것은 사용자가 자신의 친구들 리스트를 이메일로 찾아 등록하는 것처럼 보일지 모르지만 사실은 서로의 IP를 등록하는 것이다. 이 등록된 IP는 서로에게 메세징을 해줄 수 있게 하는 것이고 서로에게 주기적인 접속 여부를 확인하는 신호를 보내 상대가 온라인 상태인지 아닌지를 알 수 있는 것이다.

여기에는 메신저마다 다른 두가지 방법으로 체크하게 해주고 있다. Peer-to-peer방식과 Client-server방식 이렇게 두가지 방법을 사용하고 있다.

Peer-to-peer방식은 사용자의 컴퓨터의 IP와 친구들 리스트의 IP간에 인터넷을 통해 직접 신호를 주고 받는 방식을 말하고 클라이언트-서버 방식은 리스트 서버가 사용자들의 IP나 온라인 여부에 대한 정보와 메시지를 중계하여 사용자들에게 정보를 전달하는 방식이다. 어느 방식이 낫다고 말할 수 없지만 두 방법 다 장단점이 있다.

Peer-to-peer방식은 회사 내와 같은 소규모 작업 그룹에서는 유용하지만 매번 사용자가 전화접속으로 로그인 할 때 마다 바뀌게 되는 Dynamic(동적) IP 주소 처리부분에서 문제가 있고 클라이언트/서버 방식은 메시지를 제공하는 업체의 리스트 서버의 용량과 성능에 달려있다. 그래서 대부분의 IM은 이 두 방법을 혼용해서 사용하고 있다.

참고로 Peer-to-peer만 사용하는 예에는 윈도우즈의 기본 프로그램인 winpopup 이 있고, 클라이언트/서버 방식만 사용하는 예에는 Microsoft Exchange 서버나 Notes와 같은 일반적인 기업 메일 서비스가 해당된다.

Instant Messenger의 비교분석

Instant Messenger는 <표 1>과 같은 장점과 단점을 가지고 있다. <표 1> 외에도 외국 소프트웨어들은 박스 내용과 같은 장점과 단점을 가지고 있다.

<표 1> Instant Messenger의 비교분석(외국)

구분	ICQ	AOL	MSN	iChat Pager	Ding	Yahoo Pager
한글지원	불완전 주1)	O	O	O	O	O
계정	UIN 주2)	독자 ID + AOL ID	Hotmail ID	독자 ID	독자 ID	Yahoo ID
파일전송	O	O(3.0부터)	X	O	X	X
URL전송	O	O	X	X	X	O
1대1 채팅	O	O	O	O	O	O
채팅한글	불완전	O	O	X	O	O
그룹채팅	O	X	O	O	X	X
그룹채팅한글	불완전	불완전	O	X	N/A	N/A
음성채팅	O	X	O	O	X	X
E-Mail	O	O	O	O	X	O
자원소모정도	5	3	2	2	4	3
용량	4.96MB	1.86MB	316KB	2.79MB	2.7MB	1.15MB

<표 2>는 국내 소프트웨어들을 비교 분석한 것이다.

우리나라 IM의 기능은 원래의 IM에 충실한 메세징 기능과 온라인 채팅기능이 부각되고 있는 것이 보인다. 하지만 아직 버전이 낮아 (대부분 1.X) 새로운 기능이 점차 추가되고 있는 추세이다. 현재는 세계적으로 4천만명 이상의 사용자를 가지고 있는

- ICQ
 - 장점 : 수신자의 대부담에 너무할 정도의 다양한 기능과 5천만 이상의 수많은 이용자, 부가 액세서리도 막강, 거의 모든 플랫폼을 지원, 광고가 뜨지 않음.
 - 단점 : 옵션이나 메뉴가 초보자에게는 상당히 복잡함, UIN 개념에 대한 이해 필요
- AOL
 - 장점 : 간편한 사용법, 넷스케이프에 기본 탑재, 1천만 AOL 사용자와의 자유로운 메시지 연동
 - 단점 : 지금 접속된 이용자와만 메시지 전송 가능.
- MSN
 - 장점 : Hotmail이나 Outlook Express와의 통합, 작은 크기
 - 단점 : 지나치게 단순한 기능
- iChat Pager
 - 장점 : 간단한 파일 전송에 편리, 인터넷을 위한 서버 솔루션도 준비
 - 단점 : 아무나 목록에 등록할 수 있음
- Ding
 - 장점 : DingBot이란 기능을 사용하여 서비스 제공, 누가 자신의 온라인상태를 추적하는지 볼 수 있음
 - 단점 : 다른 프로그램보다 메모리를 2배 정도 소비함
- Yahoo Pager
 - 장점 : Yahoo! 서비스와 통합되어 my yahoo나 뉴스, 증권, yahoo mail 등과 유기적으로 연동, 스킨 기능 내장
 - 단점 : 다소 산만한 인터페이스

ICQ이며 그 다음으로 4천만명의 사용자를 가지고 있는 AOL이 강세를 보이고 있다.

<표 2> Instant Messenger의 비교분석(국내)

구분	소프트메신저	인터넷친구	투드림	블루버드메신저	Genie
계정	ID	No 주1)	ID	ID	ID
파일전송	O	O	O	X	X
URL전송	X	X	X	O	X
1대1 채팅	O	O	O	X	X
그룹채팅	O	O	O	O	X
음성채팅	X	X	X	X	X
E-Mail	X	O	O	O	O
자원소모정도	2	2	3	2	2
용량	1.01MB	1.4MB	1.68MB	2.2MB	1.78MB

웹@매니아 선호도 조사

웹@매니아에서는 지난 10월 28일부터 11월 13일까지 17일간 진행한 자체 설문 조사에서 아래와 같은 결과를 얻었다. 총 415명이 참가한 설문문의 결과는 <표 3>과 같다.

설문의 대상이 된 IM들은 웹@매니아의 스텝들에 의하여 가장 일반적으로 사용된다는 것으로 선정되었고 그 결과 ICQ, AIM, CQM, 인터넷친구, 소프트메신저, 투드림, 야후메신저를 대상으로 했다.

IM을 선택할 때, 가장 중요한 것은 무엇일까? "그 사람이 어떤

제품을 사용하는가?"가 아닐까 싶다. IM이 아무리 뛰어나더라도 메모를 보낼 수 있는 사람이 없다면 무용지물이기 때문이다.

그런 기준에서 본다면 현재 수위에 올라있는 IM 들의 독주 형태는 계속 가속되지 않을까? 최근 소개된 메세징 툴 중의 하나는 아예 ICQ UIN 번호로 원하는 사용자를 찾을 수 있는 기능을 넣기도 했다.

미국의 Instant Messenger 표준화 논쟁

미국의 AOL사가 2억 3천만 달러를 주고 최대의 온라인 IM회사인 ICQ를 인수했다. 이로서, AOL사는 이전의 자사 AOL 메신저 사용자인 4천만명에다가 ICQ사의 사용자 5천만명을 거느린(?) 명실공히 최대의 Community Site가 되었다. 하루에 두 IM의 총 메시지 전송건수만 해도 8억만건에 육박하는 이 시장에 요즘 논란이 일고 있는데, 그것이 바로 Microsoft의 MSN Messenger이다.









MSN Messenger의 주요 기능으로 AOL사용자를 MSN Messenger에 등록하여 메세징을 할 수 있는 기능을 집어 넣으면 Netscape과 Explorer의 두 회사간의 브라우저 경쟁 이후에 또 하나의 논쟁을 낳고 있다. 물론 MSN 사용자가 AOL사용자를 등록하려면 먼저 AOL에 가입되어 있어야 하며 MSN Messenger 설치시에 AOL사용자 인증을 물어보게 되는데 여기에 AOL ID와 Password를 집어 넣게 되면 AOL List Server의 Backdoor를 통해 인증을 받게 되고 사용자는 AOL사용자와 호환이 되게 된다. 이 두 회사의 가입자는 이렇게 해서 서로 통신이 가능해 지는 것이다.

AOL회사는 MS의 이와 같은 행동에 비난을 하면서 AOL이 가지고 있는 인터넷 시장에 대한 보호(?)를 위해 다시 MSN Messenger 사용자의 등록을 막고 MS는 또 다시 Patch버전을 통해 다시 연결시키는 싸움이 시작되었다.

이 두 회사의 싸움은 양쪽 다 무시할 수 없는 주장으로 시작된 것이다. MS는 이메일에도 공통화 된 표준(POP3, SMTP)이 존재하는 데, IM은 그 표준이 존재하지 않는다며 표준화 과정을 촉발시키기 위한 시작으로 AIM(AOL Instant Messenger)를 일단의 타깃으로 설정한 것이다.

물론 대다수의 사용자가 IM의 표준화가 나온다면 모두 반길 일이다. 업체나 사람들하고 IM을 이용하기 위해서 각 업체에서 나온 IM을 다 설치해야 하는 불편함이 없어지니까 말이다. 또한 MS는 정보공유와 사용자간의 편의성을 제공하는 표준화에

〈표 3〉 웹매니아 선호도

[설문] 주로 사용하는 메세징툴은?		
ICQ		193 46.5%
AIM		19 4.6%
COM		4 1.0%
인터넷친구		61 14.7%
소프트메신저		40 9.6%
투드림		4 1.0%
마후메신저		51 12.3%
기타		43 10.4%

AOL의 행동은 반기를 드는 것이라고 주장하고 있다.

하지만 MSN Messenger에 대한 AOL의 입장은 분명하다. 해당 기술과 프로토콜은 AOL의 자산이며, 이를 MS는 사전 AOL의 동의나 협약 없이 법적으로 금지된 프로그램 해체 과정(리버스 엔지니어링)을 통해 AIM을 해킹하였으며, 이를 통해 얻은 정보를 MSN Messenger 개발에 상업적인 의도로 무단히 사용하였다는 것이다.

이에는 MSN 설립때 부터 있었던 MS에 대한 AOL의 견제도 비롯되어 있다. 즉 AOL의 수익은 2/3가 인터넷 서비스이다. 만약 이렇게 MS가 자사의 인터넷 서비스 사용자를 좌우할 수 있는 힘을 가지게 되면 AOL로서도 큰 경제적 타격이 되니 막을 수 밖에 없는 것이다.

그러나 어쨌든 IM 서비스들이 점차 통합의 길을 걸어가는 과정에 있는 것은 분명하다. 인터넷 프로토콜을 표준화하는 위원회인 IETF는 현재 오픈 메시지 프로토콜을 제정한 상황에 있고, MSN 등이 이를 지원할 것임을 공식 천명하였다. AOL도 Apple, Novell, Real Networks, Lotus 등에 자사의 메세징 기술을 공식 라이선스 하였고 독자적인 표준을 조만간 발표함과 동시에 ICQ 등의 자사 제품을 중심으로 시중의 메세징 서비스들을 통합할 새로운 제품을 개발중이라고 발표하였다. 결국 그 형태가 어떻든 지금의 표준에 대한 싸움은 곧 일단락이 될 전망이다.

Instant Messenger의 미래

이제 IM은 메세징 기능을 하는 단순한 도구가 아니다. 이메일 이외의 디지털 통신수단의 하나로 자리를 잡아가고 있다. 또한 자신의 일정관리와 주소록관리, 정보를 주고받고 시시각각 변화하는 많은 소식을 접할 수 있는 수단이 되었다 해도 과언은 아닐 것이다. 그렇지만, 이렇게 변해가는 상황에서도 무엇을 쓰느냐가 중요한 것이 아니라 어떻게 쓰느냐가 중요함을 잊지 말아야 할 것이다. 다른 제품의 벤치마킹 내용은 www.webmania.co.kr에서 볼 수 있다. 