

# 효율적인 AI ‘알고리즘 관리’?… 노동자 감시·도구화 초래

ITUC ‘AI: 노동조합에 미치는 함의’  
AI 도입, 업무 효율화 압박 강화  
생산성 향상 혜택, 노동자에 공유돼야

인공지능(AI)이 직업에 미치는 영향이 단순 일자리 감소 수준을 넘어 ‘알고리즘 관리’를 통한 ‘업무강도 심화’로 이어지고 있다는 주장이 제기됐다.

12일 국제노동조합총연맹(ITUC·국제노총)은 최근 발간한 ‘인공지능(AI): 노동조합에 미치는 함의’란 보고서에서 AI의 급속한 확산이 전 세계 노동자에게 끼치는 잠재적 위험을 경고하며 노조의 전면 개입을 통한 공정한 디지털 전환을 촉구했다.

디지털화와 자동화가 일자리에 미치는 영향은 노동조합이 오랫동안 우려해 온 핵심 주제다. 모든 기술 혁신이 일자리 구조와 조직 방식을 변화시켜왔기 때문이다.



AI가 ‘노동 효율화’라는 명분 아래 노동자의 자율성과 권리를 잠식하고 있다는 경고가 나왔다. /그록으로 생성한 이미지

일부 기술 전문가와 정책 입안자들은 생성형 AI가 지식노동의 상당 부분을 자동화할 것이라고 우려한다. 보고서는 생성형 AI의 출력 품질이 아직 숙련된 인간 노동자를 완전히 대체하기에는 부족한 수준이고, 개인정보 유출 위험 등의 기술적 한계로 인해 단기적으로는 AI가 일자리 자체를 대량으로 없애는 일은 일어나지 않을 것으로 예상했다.

실제로 AI로 인력을 대체했던 기업 중 일부가 사람을 재고용하거나 AI 결과물을 수정하기 위해 프리랜서를 고용하는 사례도 늘고 있다.

그러나 ITUC는 AI 기술 도입이 업무 효율화 압박을 강화하는 방향으로 작용할 가능성이 높다고 봤다. 보고서는 기업들이 고용 대신 하청이나 플랫폼 기반 프리랜서를 활용해 AI가 이들을 자동으로 관리·감독하는 구조를 확대하고 있다고 설명했다.

ITUC는 “AI는 특정 직무를 대체하는

동시에 새로운 기술 수요를 창출한다”면서 “현재 나타나는 주요 변화는 ‘자동화’보다는 ‘증강’, 즉 노동 강도 증가와 업무량 확대 쪽으로 기울고 있다”고 밝혔다.

보고서는 AI가 노동 환경에 미치는 가장 큰 위협으로 ‘알고리즘 관리’의 확산을 꼽았다. 알고리즘 관리란 AI나 기타 알고리즘 시스템을 이용해 인사 관리·감독을 자동화하는 기술로 업무 배정, 교대, 근무 시간, 성과 평가, 임금 산정, 징계·해고 등 노동 조건 전반을 결정하는 의사결정 도구로 사용된다.

이는 디지털 플랫폼뿐 아니라 물류, 현장 서비스, 콜센터 등으로 확산돼 노동자의 활동을 실시간으로 모니터링하고, 생산성을 극대화하기 위한 도구로 운영되며, 과도한 감시·압박, 높은 스트레스, 자율성 상실을 초래하는 결과를 낳고 있다고 보고서는 진단했다.

ITUC는 “AI 기반 감시 강화는 프라이버시 침해뿐 아니라 노동자의 자율적

업무조직 능력을 약화시키고, 노동조합의 조직화와 단체교섭을 어렵게 만든다”면서 “또 AI가 채용 과정에서 이력서를 선별하거나 지원자 정보를 자동 수집·분석하는 경우 계층·인종·성별에 따른 편향적 차별이 발생할 수 있으며 임금 산정의 불투명성과 변동성 또한 커진다”고 지적했다.

보고서는 AI 도입 과정에서 생산성 향상의 혜택이 임금 인상, 노동 시간 단축, 근로 조건 개선으로 노동자에게 공유돼야 하며, 이를 위해 사회적 대화와 단체교섭에 힘써야 한다고 강조했다.

ITUC는 “단체협약에는 AI 도입시 투명성 확보, 감시 제한, 개인정보 보호, 안전 기준, 재훈련 기회, 임금 및 근로시간 조정 등의 내용이 포함돼야 한다”며 “AI가 생산성을 높이는 만큼 그 이익이 임금 인상과 근로시간 단축으로 공정하게 배분돼야 한다”고 제언했다.

/김현정 기자 hjk1@metroseoul.co.kr

## LG U+, 올인원 알뜰폰 서비스 ‘알닷 2.0’

온라인서 대부분 업무 직접 처리  
eSIM 기반 선불요금제 셀프 개통 도입

LG유플러스가 올인원 알뜰폰 서비스 ‘알닷’의 기능을 대폭 개편한 ‘알닷 2.0’을 선보인다고 12일 밝혔다.

지난해 5월 출시된 알닷은 약 900여 알뜰폰 요금제를 비교하고 비대면 셀프 개통을 지원하는 온라인 플랫폼으로, 올해 10월 기준 누적 이용자 300만 명을 넘어섰다. LG유플러스는 알뜰폰 이용자 증가에 맞춰 서비스 편의성을 높이는 방향으로 이번 개편을 단행했다.

알닷 2.0은 고객이 요금제 변경, 해지, 개통 등 대부분의 업무를 온라인에

서 직접 처리할 수 있도록 설계됐다. 새로 추가된 주요 기능은 ▲‘알닷케어’ 셀프 처리 서비스 ▲선불요금제 유심·eSIM 셀프 개통 및 충전 ▲부가서비스 가입·조화·변경 ▲인터넷·IPTV 결합 상담 신청 등이다.

특히 ‘알닷케어’는 LG유플러스망을 사용하는 27개 알뜰폰 사업자 고객을 위한 온라인 통합 고객센터로, 이번 개편을 통해 ▲증명서 발급 ▲번호 변경 ▲요금 즉시 납부 ▲유심·eSIM 변경 ▲불실폰 위치 찾기 등의 기능이 추가됐다. 사용자 인터페이스도 개선돼, 첫 화면에서 실시간 사용량과 요금제 기간, 부가서비스 현황 등을 한눈에 확인할 수 있다.

또한 알닷에서는 국내 통신사 최초로 eSIM 기반 선불요금제 셀프 개통 서비스를 도입했다. 기존에는 유심 개통만 가능했으나, 선불요금제 가입자 증가에 따라 유심과 eSIM 중 원하는 방식을 선택해 개통할 수 있게 됐다.

기존에 사업자 고객센터를 통해서만 가능했던 60여 종의 부가서비스도 이제 알닷에서 직접 조회, 변경, 해지할 수 있다.

LG유플러스는 이번 개편과 함께 이용자 대상 이벤트도 진행한다. 알닷에 처음 휴대폰 정보를 등록한 선착순 1000명과 개편 관련 퀴즈에 참여한 1000명에게 각각 커피 기프티콘을 제공한다.

/김서현 기자 seoh@

## 카카오모빌리티 서울 상암지역에 DRT 서비스 도입

카카오모빌리티는 호출부터 탑승, 결제까지 원스톱으로 가능한 ‘자율주행 수요응답형 교통(DRT) 서비스’를 서울 상암 지역에 도입한다고 12일 밝혔다.

DRT는 이용자 호출에 따라 최적의 경로를 설정해 노선과 운행 시간을 탄력적으로 운영하는 대중교통 서비스로, 정해진 노선 내에서 호출이 발생한 정류장에만 정차하는 ‘고정 노선’ 형태로도 운영된다.

카카오모빌리티는 자율주행 기술기업 에스더블유엠(SWM)과 마포구 상암 일대 ‘A02’ 노선에서 서비스를 운용한다. 해당 노선에는 휠체어 탑승이 가능한 차량 1대를 포함해 총 2대의 차량이 운영된다.

이용자는 카카오 T 앱 내 전체보기에서 ‘DRT’ 아이콘을 선택한 뒤 노선, 승하차 정류장, 탑승 인원과 시간을 설정해 차량을 호출하면 된다.

/김현정 기자

## KT, 국내에 ‘시큐어 퍼블릭 클라우드’ 선보

마이크로소프트 ‘애저’ 기반

KT는 마이크로소프트(MS)와 협력해 개발한 ‘시큐어 퍼블릭 클라우드’를 국내 시장에 출시했다고 12일 밝혔다. 우선 금융·제조 기업을 중심으로 적용하고, 이후 다양한 산업군으로 확대할 계획이다.

이번 서비스는 마이크로소프트 ‘애저(Azure)’를 기반으로 하며, 국내 디지털 주권을 강화하면서도 퍼블릭 클라우드의 확장성과 성능을 갖춘 것이 특징이다. KT는 이를 통해 기존 클라우드 서비스와 함께 멀티 클라우드 라인업을 강화하고, MSP(Managed Service Provider) 시장에서 경쟁력을 높인다는 방침이다.

시큐어 퍼블릭 클라우드는 KT가 자체적으로 마련한 ▲데이터 전 과정(저장·전송·사용)의 보호 ▲고객 자원 권한 강화 ▲국내 데이터 저장·관리 기준을 충족하도록 설계됐다. 클라우드 인프라에 ‘기밀 컴퓨팅(Confidential Computing)’ 기술을 적용해 메모리 상의 데이터를 암호



모델들이 국내 디지털 주권과 강력한 클라우드 성능을 동시에 충족하는 시큐어 퍼블릭 클라우드 서비스를 소개하는 모습. /KT

화함으로써 외부 접근을 차단하고, ‘관리형 HSM(하드웨어 보안모듈)’을 통해 기업이 직접 관리하는 전용 키(CMK)를 안전하게 생성·보관·통제할 수 있다.

모든 데이터는 국내에서 저장·관리되며, 이용 기업과 기관의 권한 범위 내에서만 접근이 가능하다. KT는 컨설팅부터 구축, 운영까지 통합 클라우드 서비스를 제공하고 있으며, 이번 출시를 계기로 공공기관 및 민간기업의 보안요건에 따라 CSAP 인증을 획득한 KT클라우드, AWS 등과 함께 다양한 맞춤형 서비스를 제공할 예정이다.

/김서현 기자

## 네이버 블프행사, 누적판매액 1조 돌파

1만여개 브랜드, 490만개 제품 참여

네이버는 블랙 프라이데이를 맞아 진행한 연중 최대 규모의 온라인 쇼핑 프로모션 ‘넵다세일’ 행사의 2주간 누적 판매액이 1조원을 넘어섰다고 12일 밝혔다.

네이버가 지난달 29일부터 이달 11일까지 네이버플러스 스토어에서 실시한 ‘넵다세일’ 행사에는 디지털·가전, 패션·뷰티, 신선식품 등의 카테고리에서 1만여개 브랜드의 490만개 제품이 참여했다.

네이버 관계자는 “‘넵다세일’ 한정 단독 상품부터 최저가 상품에 이르기까지 다양한 구색의 기획전에 배송 경쟁력을 갖춘 N배송 상품, 풍성한 할인·적립 혜택이 더해지면서 사용자에게는 만족도 높은 쇼핑 경험을, 판매자에게는 매출 상승의 동력을 제공한 것으로 보인다”고 설명했다.

이날 네이버에 따르면 이번 기획전에

등록된 상품 판매 금액 기준으로 누적 판매액이 1조원을 돌파하며 역대 프로모션 중 가장 높은 실적을 기록했다. 해당 기간 ‘넵다세일’에 함께한 전체 브랜드스토어·스마트스토어 셀러의 평균 거래액은 전년 동기 대비 약 60% 증가했으며, 특히 중소기업자(SME) 셀러들의 거래액은 지난해 같은 기간과 비교해 32% 늘었다.

네이버 단독으로 한정 수량·전용 구성 상품을 모은 ‘넵다 오리지널’ 코너와, 50% 이상 할인 제품이나 1+1 혜택을 제안한 ‘넵다반값’ 등 주요 기획 코너가 이용자들의 높은 참여를 이끌었다. 일례로, ‘넵클’, ‘에어메이트’와 같은 인기 가전 브랜드가 ‘넵다 오리지널’ 코너에서 선보인 한정 수량 상품은 오픈 1시간 만에 완판됐으며, 30% 이상 저렴한 가격으로 판매된 ‘메가커피’ E-쿠폰은 행사 기간 120만건 이상 거래됐다.

/최빛나 기자 vitna@

## “카카오 ‘카나나’, PC에서도 이용하세요”

‘카나나’ 웹 버전 선보

카카오가 ‘카나나’를 출시하며 이용자들의 경험 확장에 속력을 낸다.

카카오가 AI 에이전트 앱 서비스 ‘카나나’의 웹 버전을 출시했다고 12일 밝혔다. 이용자들은 모바일 앱뿐 아니라 PC 환경에서도 카나나의 다양한 기능을 경험할 수 있다.

웹 버전의 카나나는 URL을 통해 이용 가능하다. 기존 모바일 앱 이용자의 경우 동일한 계정을 통해 로그인 한 뒤 사용할 수 있으며, 신규 가입 시에는 카카오 계정으로 가입할 수 있다.

카카오는 웹 버전 카나나 출시 초개인 메이트 중심의 기능을 제공하며, 그룹방 기능 등은 단계적인 업데이트를 거쳐 지원할 예정이다.

첫 화면에서는 개인 AI 메이트 ‘나나’

를 만나 다양한 대화를 주고 받을 수 있으며, 화면 왼쪽의 리스트에서 만날 수 있는 스페셜 AI 메이트들도 선택해 이용할 수 있다. 카카오는 지난달 모바일 앱 카나나를 새롭게 업데이트 하며 ▲타로 ▲사주 ▲챗런지 ▲스터디 코칭 ▲보험 상담 등의 스페셜 AI 메이트 총 5종을 신설, AI와 인터랙션하는 이용자 경험의 폭을 한층 확장하고자 했다. 또한 이번 웹 버전에는 카나나의 다양한 대화 주제들을 발견하고, 활용 방법을 안내하기 위해 ‘카나나 더 알아보기’ 메뉴를 추가했다. 주제별 메이트를 자세히 소개하고, 카나나의 다양한 기능과 새로운 소식 등을 전달하는 공간이다.

향후 모바일 앱 카나나에서 지원하는 다양한 기능들을 웹 버전에도 순차적으로 추가할 계획이다.

/김서현 기자