

업스테이지, ‘中 AI 표절’ 논란 공개 기술검증·사과로 일단락

국가대표 인공지능(AI) 선발을 둘러싸고 불거졌던 ‘중국 모델 표절’ 논란이 공개 기술검증과 당사자의 사과로 일단락되는 분위기다.

업스테이지의 AI 모델이 외산 모델을 베꼈다는 의혹은 짧지만 격렬한 기술 공방으로 번졌고, 이 과정에서 국내 AI 검증 시스템과 개발 투명성 문제가 수면위로 떠올랐다.

4일 〈메트로경제신문〉 취재 결과, 국가대표 AI 1차 발표회 이후 제기됐던 업스테이지 AI 모델의 중국 모델 유사성 논란이 기술검증회를 거치며 일단락되는 분위기다.

논란은 지난 1일 AI 스타트업 사이오닉AI의 고석현 대표가 페이스북에 올린 한 편의 분석 리포트에서 시작됐다. 고 대표는 업스테이지의 ‘솔라 오픈 100B’ 모델이 중국 지푸AI의 ‘GLM-4.5-에어’ 모델을 복사해 미세 조정(Fine-tuning)한 결과물이라는 의혹을 제기했다. 그가 내세운 결정적 근거는 두 모델의 신경망 레이어 정규화(LayerNorm) 파라미터 값이 96.8%에 달할 정도로 유사하다는 점이었다.

여기에 솔라 모델의 일부 코드에서 중국 지푸AI의 저작권 명시가 발견되면서 의혹은 ‘중국산 모델 택일’ 논란으로 번졌다. 특히 업스테이지가 네이버 클라우드, LG AI연구원 등 대기업들과 함께 국가대표 AI 모델을 뽑는 정예팀에 유일한 스타트업 컨소시엄으로 참여 중이었기에 파장은 더욱 컸다. 국민 세금이 투입되는 중차대한 사업에 외산 모델의 복제품이 제출된 것이 아니냐는 비판이 쏟아졌다.

사태가 심각해지자 업스테이지 김성훈 대표는 이튿날인 2일 강남구 한국과학기술회관에서 공개 검증회를 열고 정면 대응에 나섰다. 김 대표는 이번 논란의 핵심인 ‘프롬 스크래치(From Scratch)’ 개발 여부를 입증하기 위해 학습 과정이 담긴 원천 데이터를 전격 공개했다. 그는 AI 모델 개발을 자녀를 키우는 과정에 비유하며, 학습 단계마다 기록



배경훈 부총리 겸 과학기술정보통신부 장관(왼쪽)이 지난날 30일 오후 서울 강남구 코엑스에서 열린 독자 AI 파운데이션 모델 프로젝트 1차 발표회에 참석해 업스테이지 부스를 살펴보고 있다. /뉴스시

**국가대표 AI 1차 발표회 이후
고석현 사이오닉AI 대표 의혹 제기
업스테이지, 검증회로 정면대응
학습과정 담긴 원천데이터 공개
기술검증 후 고 대표 사과로 종지부**

된 체크포인트와 학습 로그(W&B)가 곧 모델의 ‘육아일기’이자 독자 개발의 증거라고 강조했다.

업스테이지가 제시한 증거에 따르면, ‘솔라 오픈 100B’는 학습 초기 단계에서 매우 높은 손실(Loss) 값을 보이다가 시간이 흐름에 따라 점차 안정화되는 곡선을 그렸다. 이는 이미 학습된 가중치를 가져온 과생 모델에서는 나타날 수 없는, 무에서 유를 창조하는 프롬 스크래치 모델만의 전형적인 특징이다. 또한 논란이 된 레이어층 유사도에 대해서는 코사인 유사도가 방향성만을 측정하는 지표이기에 발생하는 통계적 착시라고 반박하며, 전체 모델 파라미터 중 해당 구간은 0.0004%에 불과하다고 설명했다.

치열한 기술적 공방 끝에 의혹을 제기했던 고석현 대표는 지난 3일 자신의 실수를 인정하고 사과했다. 그는 레이어층 유사도만으로 모델의 가중치 공유 여부를 확정 짓기에는 무리가 있었음을 시인하며, 엄밀한 검증 없이 내용을 공론화해 혼란을 야기한 점에 대해 고개를

숙였다. 김성훈 대표 역시 이 사과를 수용하며 사흘간 이어진 ‘표절 공방’은 표면적으로 종지부를 찍었다.

정부는 이번 논란을 오히려 대한민국 AI 생태계가 한 단계 도약하는 계기로 평가했다. 배경훈 과학기술정보통신부 장관 겸 부총리는 “혁신은 투명하고 치열한 검증 속에서 단단해진다. 건전하고 투명한 기술적 토론이 활성화될수록 우리 AI가 글로벌 시장에서 신뢰받는 AI 강국으로 도약하는 데 강력한 자양분이 될 것”이라며 “정부는 우리 AI 생태계가 성숙하게 발전할 수 있도록 공정한 심판이자 든든한 페이스메이커로서 역할을 충실히 해 나가겠다”고 말했다.

하정우 AI미래기획수석도 해당 글을 공유하며 “프롬 스크래치 검증 이슈를 프로젝트 책임자인 배 부총리가 마무리해 줬다”며 “기술적이면서도 건설적인 토론과 논쟁, 깔끔한 승복까지 이어진 과정이 우리 AI 생태계의 글로벌 경쟁력을 보여준 단면”이라고 전했다.

한편, 과학기술정보통신부는 오는 6일부터 15일까지 독자 AI 파운데이션 모델 프로젝트에 참여한 5개 정예팀을 대상으로 1차 심사를 진행한다. 한국정보통신기술협회(TTA)는 업스테이지가 제출한 체크포인트 파일 등을 바탕으로 실제 프롬 스크래치 개발 여부를 정밀 검증할 계획이다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

카카오, ‘다음’ 매각설 재점화

AI 중심 전환 실행단계 진입

카카오가 포털 ‘다음’을 분리한 이후 매각 가능성이 다시 부상하자, 인공지능(AI) 중심 전략 전환의 신호탄이라는 해석이 나온다.

3일 IT 업계에 따르면 카카오가 포털 서비스 ‘다음(Daum)’을 운영하는 자회사 AXZ의 향후 처리 방안을 두고 고심하는 가운데, 매각 가능성을 포함한 다양한 시나리오를 검토하고 있다는 관측이 확산되고 있다.

아직 공식적인 매각 발표는 없지만, 최근의 조직 개편과 사업 재편 흐름을 종합하면 단순한 소문으로 치부하기는 어렵다는 평가가 업계 안팎에서 나온다.

**매각 포함 다양한 시나리오 검토 중
다음, 축적된 데이터로 AI 활용도 높아
AI기술·중견IT 기업에 ‘매력적’ 대상**

카카오는 올해 상반기 다음 운영 조직을 물적 분할해 AXZ라는 별도 법인으로 분리했다. 당시 카카오는 서비스 경쟁력 강화와 독립 운영 체제 구축을 이유로 들었지만, 업계에서는 이를 두고 장기적으로는 매각이나 외부 투자 유치를 염두에 둔 구조 개편이라는 해석이 꾸준히 제기돼 왔다. 포털 사업을 별도 법인으로 떼어내면 재무 구조와 인력, 자산이 명확해져 거래나 지분 조정이 수월해지기 때문이다.

다음의 사업 환경은 녹록지 않다. 검색과 뉴스, 커뮤니티를 중심으로 한 전통 포털 모델은 모바일과 AI 중심 환경으로 빠르게 전환되는 시장에서 경쟁력이 약화됐다. 네이버와 글로벌 빅테크에 밀리며 검색 점유율은 낮은 수준에 머물러 있고, 광고 매출 역시 성장 정체 국면에 들어섰다는 분석이 많다. 카카오 내부에서도 다음은 카카오톡이나 AI 사업에 비해 전략적 우선순위가 낮은 사업으로 분류돼 왔다.

이 같은 상황에서 다음의 향후 방향을 두고 ‘매각’이라는 선택지가 다시 거론되는 배경에는 카카오의 전사 전략 변화가 자리하고 있다. 카카오는 최근 몇 년간 비핵심 계열사 정리와 조직 슬림화

에 속도를 내며, 카카오톡과 AI를 중심으로 한 사업 구조 재편을 추진하고 있다. 다음 역시 구조조정 대상에 포함될 수 있다는 관측이다.

시장에서는 다음이 여전히 보유한 자산 가치에 주목한다. 뉴스, 카페, 블로그 등에서 축적된 대규모 콘텐츠와 이용자 데이터는 AI 학습과 서비스 고도화 측면에서 활용도가 높다. 이 때문에 자체 플랫폼을 보유하지 않은 AI 기술 기업이나 중견 IT 기업 입장에서는 다음이 매력적인 인수 대상으로 거론된다. 업계 일각에서는 다음 매각이 성사될 경우, 단순한 포털 인수가 아니라 ‘AI 데이터 기반 플랫폼 확보’ 성격이 강할 것이라는 분석도 나온다.

다만, 변수도 적지 않다. 포털 서비스 특성상 뉴스 편집과 공적 책임, 이용자 보호, 고용 승계 문제 등이 뒤따를 수밖에 없다. 과거에도 다음 매각 가능성이 거론될 때마다 내부 구성원 반발과 사회적 파장이 부담 요인으로 작용해 왔다. 이 때문에 카카오가 실제 매각에 나서더라도 속도 조절과 단계적 접근을 택할 가능성이 크다는 전망이 나온다.

그럼에도 업계에서는 이번에는 이전과 분위기가 다르다는 시각이 우세하다. 다음이 이미 독립 법인 체제로 전환됐고, 카카오의 AI 중심 전략 역시 선언을 넘어 실행 단계에 접어들었기 때문이다. 다음의 매각은 단순한 사업 정리가 아니라, 카카오가 어떤 기업으로 재정의될 것인지를 보여주는 상징적 선택이 될 수 있다는 분석이다.

IT 업계 한 관계자는 “아직 공식적으로 매각이 결정된 것은 아니지만, 다음을 장기 핵심 사업으로 가져가겠다는 신호도 보이지 않는다”며 “법인 분리 이후 다양한 시나리오를 열어두고 검토하는 단계로 보는 것이 합리적”이라고 말했다.

또 다른 관계자는 “AI 시대에 포털의 역할이 바뀌는 상황에서 다음의 활용 가치는 여전히 남아 있다”며 “누가 어떤 전략으로 가져가느냐에 따라 다음의 미래가 달라질 것”이라고 말했다.

/최빛나 기자 vitna@

넥슨 ‘청소년 프로그래밍 챌린지’, 대표 교육축제로 자리매김

올해 10주년 맞아… 코딩문화 확산

올해로 10주년을 맞은 넥슨의 청소년 프로그래밍 챌린지가 청소년들이 코딩을 통해 사고력과 문제 해결 방식을 키우는 대표적인 교육 축제로 자리 잡았다.

4일 넥슨에 따르면 2016년 ‘세상을 바꾸는 코딩’을 슬로건으로 출범한 넥슨 청소년 프로그래밍 챌린지는 넥슨 게임 지식재산권을 활용한 창의적 문제와 시뮬레이터 기반 인터랙티브 문제를 도입하며 코딩 경험이 없는 학생도 참여할 수 있는 구조를 만들었다.

대회는 2017년 이후 매년 4000명 이상이 예선에 참가했고, 지난 10년간 누적 참가자는 약 4만 명에 달한다. 본선 진출자는 673명, 수상자는 193명이다.

대회는 단순한 경연을 넘어 코딩 문

화 확산을 목표로 외연을 넓혀왔다. 넥슨은 2017년부터 5년간 토크콘서트를 운영하며 기술 전문가를 초청해 청소년에게 진로와 비전을 제시했다. 2020년에는 이틀간 3800여 명이 사전 신청하며 높은 관심을 받았다.

역대 수상자들은 사회공헌 활동으로 대회의 취지를 이어가고 있다. 지난해 8월에는 역대 수상자들이 제주 지역 중고등학교를 방문해 코딩 멘토링과 수준별 교육을 진행하는 코딩 교육 봉사 캠프를 열었다. 수상자가 출제위원으로 참여하고 교육 봉사에 나서는 구조는 코딩을 통한 사회적 가치 실현이라는 대회의 방향성을 보여준다.

문제 출제 방식도 차별화를 이어왔다. 메이플스토리, 마비노기 모바일, 데이브 더 다이버 등 넥슨 주요 게임을 활용

한 알고리즘 문제와 시뮬레이터 기반 문제를 통해 접근성을 높였다. 참가자들은 무료 코딩 교육 플랫폼 ‘비아이케이오’와 연계해 기술문제를 학습하고, 자신의 실력을 점검하며 단계별 목표를 설정할 수 있다. 이를 통해 넥슨 청소년 프로그래밍 챌린지는 누구나 도전할 수 있는 코딩 축제로 자리매김했다.

10주년을 맞아 진행된 참가자 설문조사에서는 성장성과 확장성이 확인됐다. 올해 예선 참가자의 52%가 신규 참가자였고, 90% 이상이 재참가 의향을 밝혔다. 올해 처음 선보인 대학생 팀 전략 대회 코드배틀에 대해서도 참가자 10명 중 8명이 도전 의사를 보였다. 코드배틀 참가자 설문에서는 절반 가량이 신규 참가자로 나타나며 생태계 확장 가능성도 보여줬다.

/최빛나 기자

LG U+ ‘유플러스원’, 日 이용자 약 25% ↑

기존 고객센터·멤버십 서비스 통합

LG유플러스는 통합 앱 ‘유플러스원(U+one)’ 출시 이후 일간활성사용자(DAU)가 약 25% 증가했다고 4일 밝혔다. 여러 서비스를 하나의 앱으로 묶고 대화형 인공지능(AI) 기능을 적용한 점이 이용자 증가에 영향을 준 것으로 분석된다.

‘유플러스원’은 지난해 10월 출시된 앱으로, 기존에 고객센터와 멤버십으로 분리돼 있던 서비스를 하나로 통합했다. 통신 관련 절차를 단순화하고 이용 동선을 정리하는 데 초점을 맞췄다.

이용자 데이터를 분석한 결과, ‘유플러스원’의 DAU는 기존 고객센터 앱 ‘당신의 유플러스’ 대비 약 25% 늘었다. 단순 가입자 수 증가보다는 앱을 정기적으로 이용하는 이용자가 확대된 것



LG유플러스는 고객에게 심플한 통신 경험을 제공하기 위해 선보인 통합 앱 ‘유플러스원’ 출시 후 일간활성사용자(DAU)가 약 25% 증가하는 성과를 거뒀다고 4일 밝혔다. LG유플러스 직원이 유플러스원을 소개하는 모습. /LG유플러스

으로 해석된다.

앱 체류 시간도 기존 대비 약 21% 증가했다. 이용자들이 하나의 앱에서 여러 기능을 연속적으로 사용하는 경향이 나타났다는 설명이다.

/김서현 기자