

공공기관 CCTV 보안 인증체계 2년… 현장 혼선은 ‘여전’

2028년 TTA 발급 인증효력 만료 이후부터 ‘보안기능 확인서’ 의무 장비 호환, 새 인증체계 대응 문제 제도 안착 위해 충분한 기간 필요

해킹 위협에 대응하기 위해 개편된 공공기관용 CCTV 보안 인증 체계가 시행 2년째를 맞았다. 그러나 공공 영역의 보안 수준을 높이고 기업의 규제 부담을 줄이겠다는 취지와 달리 현장에서는 새로운 인증 체계를 둘러싼 혼선이 계속되고 있다.

19일 보안업계에 따르면 기존 한국정보통신기술협회(TTA)가 발급하는 공공기관용 CCTV 보안 성능품질 인증(TTA 인증)의 효력은 오는 2028년 4월 만료된다. 해당 시점 이후부터는 ‘보안기능 확인서’를 취득한 제품만 공공 시장에 진입할 수 있게 된다.

공공 시장에 공급하는 CCTV의 보안 기준과 검증 체계 마련은 국가정보원이 맡는다. 국정원은 2018년 보안 평가·발급



기존 공공기관용 CCTV 보안 인증 체계인 ‘TTA 인증’이 오는 2028년 4월 만료된다. /따능AI

업무 전부를 TTA에 위탁하면서 보안 인증 제도를 시행했다. 이는 당시 전세계적으로 IP 카메라 해킹과 디도스 공격이 잇따르면서 보안 대응 필요성이 커진 데 따른 조치였다. 이후 권고 수준에 머물렀던 인증 제도는 2023년부터 의무 적용됐다.

점진적인 보안 규제 강화로 CCTV 제

조 기업들의 경영 부담도 커졌다. 업계에서는 인증 신청 이후 발급까지 최장 1년이 걸리고, 제품 한 대당 최대 1000만원의 비용이 투입되는 등 까다로운 심사 과정을 두고 이를 개선해야 한다는 목소리가 이어졌다.

국정원은 정부의 규제 완화 기조에 맞

춰 공공 CCTV 인증 체계를 ‘보안기능 확인서’ 중심으로 개편했다. 심사 기관은 기존과 같은 TTA 공공안전서비스단이 담당하지만, 시험 기관은 한국정보보안기술원 등으로 확대됐고 평가 항목도 절반 이상 축소됐다. 다만 제도 안착까지 기존 TTA 인증과 보안기능 확인서를 병행하기로 했다.

그러나 제도 개편 이후에도 현장 혼선은 이어지고 있다. 업계가 가장 큰 문제로 지목하는 것은 장비 간 호환성이다. 국정원이 규정한 보안 검증 대상은 두 가지다. 하나는 촬영과 영상 데이터 전송을 담당하는 IP 카메라다. 또 하나는 이를 실시간 모니터링·제어하는 저장용 전용 하드웨어(NVR)·CCTV 통합 관리 소프트웨어(VMS)다.

두 가지 장치를 결합해야 CCTV 작동이 가능한데, 현재 보안기능 확인서를 취득한 제품군은 IP 카메라뿐이다. 제조사가 새 인증 기준에 맞춘 IP 카메라로 교체하면 기존 저장 장치와 호환되지 않는 사

례가 발생하고 있다.

또 다른 문제는 기존 인증 만료까지 남은 2년 안에 제조사들이 새 인증 체계에 대응해야 한다는 점이다. 당시 정책 안내 자료에 따르면, 새 인증 체계 도입 이후 3개월간 시험 현장을 조사한 결과 단 한 곳의 업체도 신청하지 않은 것으로 나타났다.

업계에서는 보안기능 확인서 제도가 안착하려면 현장에서 제기한 문제를 보완해야 한다고 지적한다. 인증 체계 전환이 기업의 제품 개발 방식과 투자 방향에도 영향을 미치는 만큼 충분한 기간이 필요하다는 이유에서다.

의명을 요구한 업계 관계자는 “정부가 기존 인증의 유효 기간을 1년가량 연장해야 한다”며 “시험 기관이 확대됐지만 여전히 인증 수요를 감당하기에는 부족하고, 기업이 새 인증을 받기 위해 평가 항목에 맞는 제품을 구성하는 데도 상당한 시간과 비용이 필요하다”고 말했다. /조민선 기자

msjo@metroseoul.co.kr



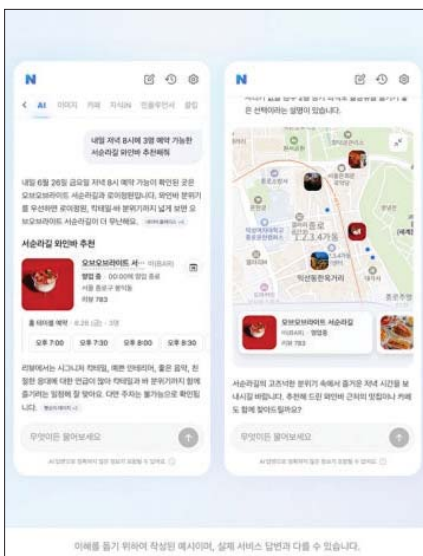
네이버, 부동산·건강 ‘전문 에이전트’ 도입… AI 검색경쟁 본격화

내달 부동산 에이전트 공개 이어 연내 건강 분야 에이전트 추가 예정 AI 전략 핵심 ‘탐색에서 실행’ 구체화

네이버가 생성형 인공지능(AI) 기반 대화형 검색 서비스 ‘AI탭’에 부동산과 건강 등 분야별 전문 에이전트를 도입한다. AI가 단순히 정보를 요약하는 수준을 넘어 이용자의 상황에 맞는 맞춤형 추천과 실제 서비스 이용까지 연결하는 ‘AI 검색 2.0’ 경쟁이 본격화되는 모습이다.

19일 IT업계에 따르면 네이버는 AI탭에 부동산과 건강 분야 특화 에이전트를 순차적으로 적용할 계획이다. 지난달 정식 출시 이후 약 3주 만에 이용자 1000만 명을 확보한 AI탭의 활용 범위를 확대해 이용자 체류 시간과 서비스 연계성을 높이겠다는 전략으로 풀이된다.

가장 먼저 공개되는 것은 오는 8월 선



네이버 대화형 검색 ‘AI탭’ 서비스 화면 예시 /네이버

보일 부동산 에이전트다. 네이버페이 부동산 데이터와 이용자가 연동한 자산 정보, 네이버 블로그·카페 등 이용자 제작

콘텐츠(UGC)를 종합 분석해 맞춤형 매물을 추천하고 실거주 후기와 주변 정보가 함께 제공하는 형태가 유력하다.

단순 매물 검색을 넘어 ‘예산에 맞는 신축 아파트를 추천해 달라’거나 ‘아이 키우기 좋은 지역을 알려 달라’는 자연어 질문에도 AI가 조건을 분석해 적합한 정보를 제시하는 방식이다.

연내에는 건강 분야 에이전트도 추가된다. 공신력 있는 의료 정보를 기반으로 신뢰도 높은 답변을 제공하는 한편, 네이버 카페의 실제 이용 경험과 병원·영양제 검색 등을 연계해 개인 맞춤형 건강 관리 서비스를 제공할 예정이다.

◆**검색에서 실행까지…네이버 생태계가 무기**

업계에서는 이번 전문 에이전트 확대가 네이버 AI 전략의 핵심인 ‘탐색에서 실행(Explore to Execute)’을 구체화하는 단

계라는 분석이 나온다.

오픈AI의 챗GPT와 구글 제미니 등이 범용 AI 경쟁을 벌이는 가운데 네이버는 쇼핑, 부동산, 플레이스, 카페 등 자체 서비스에 축적된 로컬 데이터를 기반으로 차별화를 시도하고 있다.

특히 AI가 단순히 답변을 생성하는 데 그치지 않고 상품 구매, 매물 확인, 장소 예약 등 실제 행동으로 연결시키는 구조를 강화하고 있다는 점이 특징이다.

IT업계 관계자는 “범용 AI는 정보 생성 능력이 강점이라면 네이버는 국내 생활 데이터와 서비스 생태계를 기반으로 실행까지 이어지는 경험을 제공하는 데 집중하고 있다”며 “부동산이나 건강처럼 신뢰성과 맥락이 중요한 분야에서 차별화 효과를 볼 것으로 보인다”고 말했다.

◆**이용자 증가세도 뚜렷**

AI탭은 이용자의 검색 의도와 맥락을

이해해 후속 질문까지 이어가는 대화형 검색 서비스다. 네이버 첫 화면 검색창의 AI탭 버튼을 누르면 별도 창에서 AI와 자연스럽게 대화를 이어갈 수 있다.

지난 4월 말 네이버플러스 멤버십 이용자를 대상으로 시범 운영을 시작한 뒤 최근 전체 이용자로 서비스를 확대했다.

네이버에 따르면 정식 출시 이후 AI탭의 일평균 질의 수는 시범 서비스 대비 7배 증가했고, 이용자 1인당 평균 질의 수도 1.7배 늘었다. 한 번 질문하고 끝나는 방식보다 후속 질문을 이어가는 멀티턴 대화 비중도 지속적으로 확대되고 있다.

네이버 관계자는 “AI탭을 통해 국내 이용자에게 최적화된 검색 경험을 제공하는 것이 목표”라며 “탐색에서 실행까지 연결되는 차별화된 에이전트 경험을 지속적으로 확대해 나갈 계획”이라고 말했다.

/최빛나 기자 vitna@

SKT-하나금융그룹, 청년 AI 인재양성

‘테크포곳’ 해커톤 성료 AI 동화 기반 훈육 솔루션 ‘대상’

SK텔레콤이 청년 인공지능(AI) 인재 양성에 나선다.

SK텔레콤은 하나금융그룹과 ‘TECH4 GOOD(테크포곳)’ 해커톤을 성료했다고 19일 밝혔다.

지난 15일부터 이틀 간 경기도 이천 SK텔레콤 인재개발원에서 진행한 이번 행사는 총 115명의 청년이 참가했다. SK텔레콤이 운영하는 청년 대상 AI 교육프로그램 ‘플라이 AI 챌린저 9기’와 하나금융그룹의 ‘하나 청년 금융인재 양성 프로젝트’ 등을 참가한 대학생 등으로 구성됐다.

참가자들은 사회적 약자 지원 및 지속 가능 사회를 위한 솔루션, 디지털 소외 계층 위한 AI 서비스 등 다양한 영역에서 아이디어를 제시했다. SK텔레콤 실무 개발자들이 멘토로 참여해 기술 질문에 답하

고 실전 개발 경험을 바탕으로 조선했다. 대상은 아이 맞춤형 AI 동화를 기반으로 훈육 솔루션 서비스를 선보인 ‘T1’팀이 차지했다.

최우수상은 발음에 어려움을 겪는 부모가 본인 목소리로 아이에게 동화를 들려주는 서비스를 ‘해물과전’과 시각 장애인 위한 주가 정보를 청각 및 촉각으로 재구성하는 서비스로 ‘십이간지’가 수상했다. 수상팀은 총 1000만원의 상금을 받았다.

대상을 차지한 송실대 글로벌미디어학부 이동혁 학생은 “이들간 사회적 약자가 겪는 어려움과 AI를 활용해 이를 해결할 수 있는 해법을 다각도로 고민해 보았다”며 “앞으로의 성장에 동기부여가 될 것”이라고 말했다.

한편 SK텔레콤은 하나금융그룹과 지난 2023년부터 미래 AI 인재 양성을 위한 해커톤을 매년 운영하고 있다.

/조민선 기자

페이커, 호날두와 EWC 홍보대사 발탁

2028년까지 홍보대사 프로그램 참여

‘리그 오브 레전드(LoL)’의 살아있는 전설 페이커(이성혁)가 세계적인 축구 스타 크리스티아누 호날두와 함께 이스포츠 월드컵(EWC) 공식 홍보대사로 발탁됐다.

19일 게임업계에 따르면 이스포츠재단은 T1 소속 미드 라이너 페이커를 이스포츠 월드컵(EWC)과 이스포츠 네이션스 컵(ENC)의 공식 홍보대사로 임명했다.

페이커는 호날두와 노르웨이 체스 세계 챔피언 매그너스 칼슨 등 글로벌 스포츠 스타들과 함께 EWC를 대표하는 얼굴로 활동하며, 2028년까지 재단의 홍보대사 프로그램에 참여한다.

페이커는 “T1과 함께 가장 큰 무대에서 우승을 향한 도전을 이어가는 동시에 전 세계 이스포츠의 성장에 함께해 온 선수들과 팬들을 대표하고 싶다”며 “EWC와 ENC를 통해 다음 세대에 탁월함과 회복



리그 오브 레전드(LoL)의 살아있는 전설 ‘페이커(이성혁)’가 크리스티아누 호날두와 함께 이스포츠 월드컵(EWC) 홍보대사로 발탁됐다. /이스포츠재단

탄력성, 경쟁 게임이 가진 가능성을 전하고 싶다”고 밝혔다.

랄프 라이히트 이스포츠 재단 최고경영자(CEO)는 “페이커를 언급하지 않고는 이스포츠를 논할 수 없다”며 “오랜 기간 최정상을 지켜온 그는 전 세계 팬과 선수들에게 영감을 주는 상징적인 인물”이라고 평가했다. /최빛나 기자

LG U+ 교보문고 전자책·매거진 콘텐츠 구독 상품 선택

구독 플랫폼 ‘유독’ 결합상품

LG유플러스는 구독 플랫폼 ‘유독’에서 교보문고 콘텐츠 결합 상품을 출시했다고 19일 밝혔다.

이번 상품은 교보문고 전자책 구독 서비스 ‘sam’과 디지털 매거진 구독 서비스 ‘모아진’을 패키지 상품으로 구성한 게 특징이다. 두 개의 상품을 각각 구독해야 하는 이용자 불편을 줄였다. 구성은 80여만여 권의 전자책, 오디오북, 학술 논문과 시사·경제·라이프스타일 등 2400여종의 국내외 디지털 매거진 등이다.

가격은 9900원이다. 이는 정가 2만4900원의 약 60% 수준이다. 오는 8월 말까지 가입하면 5000원 추가 할인 쿠폰을 제공한다. LG유플러스가 운영하는 구독 플랫폼 ‘유독’에서 만나 볼 수 있다. /조민선 기자