신형 아이폰에 탑재되는 새로운 기능 '눈길'

듀얼심 폰 하나로 두대 사용 효과
이심 유심 바꿀 필요 없이 내장

유심 지원 스마트폰. /thestar 홈페이지

10월말 아이폰 신형 출시때
주요 이통사 정책 확정될 듯

지난 13일 애플이 발표한 신형 아이폰 라인업에 들어간 듀얼심(SIM)과 듀얼 스탠바이, 그리고 이심(eSIM) 기능에 업계의 관심이 쏠리고 있다. 국내에도 상당수 사용자를 보유한 아이폰이 이 기능을 지원함에 따라 국내 이동통신에도 관련 기능을 탑재한 스마트폰 시장이 열릴 전망이다.

16일 통신업계에 따르면 일반적으로 우리가 이통사에 가입할 때 받는 유심(USIM)에는 개별 사용자의 가입회선정보 등이 들어 있다. 이를 스마트폰에 삽입해서 끼우면 개별 사용자에게 배정된 전화번호와 데이터 통신망을 인식해 통화와 문자, 데이터 제공을 하게 된다.

듀얼심이란 하나의 기기에 두 개의 유심을 동시에 넣는 방식을 의미한다. 이렇게 두 개를 하나의 기기에 넣은 상태에서 유심 두 개를 동시에 쓸 수도 있다. 이 기능을 듀얼스탠바이(Dual Standby)라고 하며 두 개의 회선이 모두 동시에 활성화된 상태로 폰을 사용할 수 있다.

듀얼 스탠바이를 지원하는 스마트폰은 유심 두 개 번호에서 오는 모든 통화와 문자를 하나의 단말기로 송수신할 수 있다. 단말기가 지원하는 기능에 따라서 통화내역이 A유심, B유심 등으로 구분돼 표시, 저장된다. 설정을 통해 통화나 문자 발신에 기본으로 사용할 유심을 선택하지만 개별 발신 때 유심을 일부러 따로 지정해서 걸 수도 있다. 만일 A유심회선으로 통화하는 중에 B유심회선으로 전화가 걸려오면 이통사의 부가서비스 여부에 따라 대기중이 되거나 일반 통화 중으로 표시된다. 통화 외에 데이터는 설정에서 기본 선택된 회선 하나의 데이터를 사용하게 된다.

유심 두 개만 갖추면 기본적으로 스마트폰 두 대를 쓰는 효과를 내며, 실제 사용에서는 더욱 편리하고 경제적인 사용이 가능하다. 우선, 음성통화를 별로 쓰지 않고 데이터만 사용한다면 아주 저렴한 통화용 유심+데이터 전용요금제 유심을 조합시켜 쓸 수 있다.

개인사업자나 영업업무가 많은 사용자는 개인번호+업무번호를 조합시키면 사생활을 보호하면서 스마트폰 한대만 휴대하면 된다.

또한 해외여행이 많은 사용자는 국내 유심+해외유심을 사용하면 저렴한 현지 가격으로 통화와 데이터이용을 하면서 국내번호로 지인과 통화하고 중요 문자 메시지 안내도 받으며 은행업무 문자인증 등도 가능하다.

eSIM은 유심 기능을 아예 기기에 모듈 방식으로 내장시킨 형태를 의미한다. 그동안 사용자는 이통사를 바꿀 때마다 유심을 구매하고 남은 유심은 쓸모가 없어 버려야 했다. eSIM은 그냥 단말기 안의 정보만 변경하면 된다. 따라서 비용과 자원 낭비를 줄일 수 있다는 점에서 유익한 기능이다. 현재 eSIM은 삼성 기어S2 클래식 등 스마트 워치 등에 탑재돼 있다. 스마트폰에서는 구글 픽셀2를 시작으로 많은 제품에서 지원하고 있으며 블랙베리 키2에도 채택됐다.

이렇게 많은 편리함을 주는 듀얼심과 eSIM 기능이지만 현실적으로는 개별 국가의 법률이나 이통사 상황에 따라 기능 일부가 제한되거나 별도 비용이 청구될 수도 있다. 국내에서는 10월말 신형 아이폰이 들어오게 되면 주요 이통사의 관련 정책이 확정될 것으로 보인다.

/안병도 기자 catchrod@metroseoul.co.kr

SK하이닉스가 셀프리더십스쿨을 개최하고 임직원 자녀에게 사회적 가치 창출의 중요성 전파에 나섰다. 셀프리더십스쿨에 참여한 임직원 자녀들이 기념촬영을 하고 있다. /SK하이닉스

자녀에게도 '사회적 가치' 중요성 전파

SK하이닉스 리더십 스쿨 프로그램

SK하이닉스는 임직원 자녀들을 대상으로 하는 청소년 셀프 리더십 스쿨에 올해부터 'UN기후변화협상게임'을 도입했다고 16일 밝혔다.

셀프 리더십 스쿨은 SK하이닉스가 임직원 자녀들의 창의적이고 자기주도적 문제해결 능력 등을 배양하기 위해 2015년부터 실시하고 있는 가족친화 프로그램이다. 올해는 경기도 광주 소재 하이비전센터에서 15일과 16일에 각각 두 차례 실시됐다.

UN기후변화협상게임은 참가자들이 각국 대표가 되어 다자국 협상을 통해 2100년까지 지구 온도를 산업화 이전보다 2도 이상 높아지지 않도록 협상안을 내놓는 게임이다. 1차 협상으로 나온 시뮬레이션 결과를 확인하고 본인의 의도와 다른 부분에 대해서는 수정할 수 있는 기회도 제공해 사고의 깊이를 더할 수 있도록 진행됐다.

SK하이닉스는 이 프로그램을 통해 사회적 가치 창출이라는 SK그룹의 경영방침을 임직원뿐만 아니라 임직원 자녀들에게까지 전파한다. 일상에서 사회적 가치 실천의 중요성을 일깨우고 공감대도 높여 나갈 방침이다. /안병도 기자

SKT, 시각장애인 위한 AI 기술 '잰걸음'

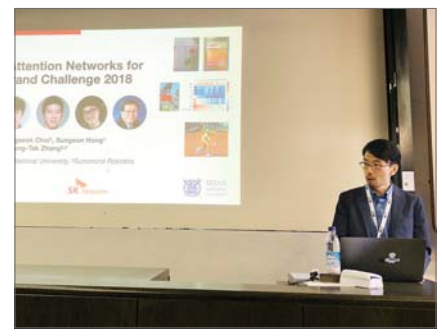
국제 인공지능 경연서 '준우승'
현실 데이터 대한 인식률 높여

SK텔레콤이 컴퓨터 비전 관련 국제학회가 주최한 경연에서 준우승을 수상했다.

SK텔레콤은 컴퓨터 비전 국제학회인 ECCV가 개최한 '비즈위즈 그랜드 챌린지 2018'에서 자사 AI센터 'T-브레인'이 준우승을 수상했다고 16일 밝혔다. 시상은 독일 뮌헨에서 현지시간 14일에 열렸다.

'비즈위즈 그랜드 챌린지 2018'은 미국 텍사스 대학교 오스틴이 구축한 데이터셋을 활용, 시작장애인들이 직접 촬영한 이미지에 대해 다양한 질문에 적절한 응답을 평가하는 대회다.

이번 대회의 가장 큰 특징은 통상 정제된 이미지와 질문에 답하는 기존 방식이 아닌, 1만명 이상의 시각장애인들이 직접 스마트폰으로 촬영한 사진과 이에 대한 질문에 대해 답하는 것이다.



SK텔레콤 AI센터 T-브레인 김진화 박사가 '비즈위즈 그랜드 챌린지 2018'에서 수상자 발표로 연구 내용을 소개하고 있다. /SK텔레콤

시각장애인들이 직접 촬영한 이미지는 그들의 신체적 제약으로 인해 사진이 빛번짐은 물론 비뚤어지거나 때로는 질문과 관련 없는 이미지 등이 다수 섞여있어 정제된 이미지를 인식하는 것보다 더 높은 수준의 인식능력이 필요하다.

이번 '비즈위즈 그랜드 챌린지 2018'에서 T-브레인 최용석·홍성은 박사와 함께 연구팀을 이끈 김진화 박사는 "이번 대회는 통상 주최측이 제시하는 정형화된 이미지 데이터를 인식하는 방식이 아닌 실제 시각장애인들이 궁금해하는 사진 등 현실 데이터에 대한 인식률을 높였다는 데 의미가 있다"며 "특히 이번 수상을 계기로 SK텔레콤이 사회적 약자인 시각장애인을 위한 인공지능 프로그램 개발에 의미있는 첫 발을 내딛게 됐다"고 말했다.

이번 비즈위즈 대회에서 준우승한 알고리즘 관련 연구 논문은 오는 12월 캐나다 몬트리올에서 열리는 인공지능(기계학습) 분야 국제학술대회인 신경정보처리시스템 국제학회(NIPS)에서 발표될 예정이다. /김나인 기자 silkni@

'LG 시그니처', 대만 프리미엄시장 공략

LG전자가 프리미엄 가전 'LG 시그니처'를 대만에 출시한다고 16일 밝혔다.

LG전자는 13일 대만 타이페이에 있는 타이페이뉴호라이즌 빌딩에서 현지 거래선, 기자, 오피니언 리더 등 200여 명을 초청해 LG 시그니처 출시행사를 열었다. 행사에서는 대만 각계 유명인사들이 LG 시그니처 제품을 사용한 경험담을 공유했다.

LG 시그니처 올레드 TV와 LG 시그니처 공기청정기는 대만의 유명 배우 가가연, LG 시그니처 냉장고는 미슐랭 스타 요리사 오효방이, LG 시그니처 세탁기'는 패션 디자이너 다니엘 웡이 각각 소개했다. 또 대만 사진작가 류진상이 본질의 미학을 주제로 LG 시그니처를 활용해 촬영한 사진작품도 같이 전시했다.

대만은 프리미엄 제품에 대한 선호도가 높은 시장으로 초프리미엄 LG 시그니처에 대한 관심이 높을 것으로 기대된다.

대만의 유명 배우 가가연(왼쪽 두번째)이 'LG 시그니처 올레드 TV W'를 사용한 경험담을 공유하고 있다. /LG전자

LG전자는 이번 런칭을 계기로 대만 프리미엄 시장에서의 지배력을 한층 높일 계획이다.

LG 시그니처는 ▲기술 혁신으로 이룬 압도적인 성능 ▲본질에 충실한 정제된 디자인 ▲지금까지 경험해보지 못한 직관적인 사용성을 갖춘 초프리미엄 가전이다. /안병도 기자

SK텔레콤

인공지능 플랫폼 '누구' 두돌 맞아 디자인 개편

SK텔레콤은 인공지능 플랫폼 '누구(NUGU)' 출시 2주년을 맞아 브랜드 디자인을 개편한다고 16일 밝혔다. 누구(NUGU)는 음성인식을 기반으로 하는 SK텔레콤의 인공지능 플랫폼이다. '누구 미니'와 'T맵×누구', 'Btv×누구'에 이어 '누구 캔들' 등을 연이어 출시했다.

SK텔레콤은 누구(NUGU) 브랜드 핵심 의미를 '세상을 담는 프레임'으로 선정했다. 특히 누구 브랜드는 '누구'의 한글 자음 'ㄴ'과 'ㄱ'의 형태소를 활용해 '세상을 담는 프레임'을 알기 쉽게 표현했다.

브랜드 디자인 개편과 함께 누구 애플리케이션(앱)도 업그레이드했다. 이번 업그레이드는 ▲간단한 설정으로 디바이스를 제어할 수 있는 '디바이스 컨트롤러' ▲'솔루션 메시지 카드'' 등의 기능을 추가했다. /김나인 기자

미래 메이커 육성… '영 메이커 페스티벌'

LG연암문화재단 만들기 체험 등

LG연암문화재단은 9월 15일과 16일 양일간 국립과천과학관에서 LG와 함께 하는 '영 메이커 페스티벌'을 진행했다고 16일 밝혔다.

'메이커'는 자신의 상상력과 창의력을 바탕으로 스스로 제품이나 서비스를 구상하고 개발하는 창작활동을 하는 사람들을 지칭하는 용어다.

영 메이커 페스티벌은 매년 1만여명 가까이 참가하는 국내 최대 규모의 메이커 행사로 청소년들이 만들기 체험, 워크숍, 전시, 공연 등을 통해 생활과학과 창의문화를 직접 경험할 수 있다.

올해는 LG 임직원을 비롯해 서울교대, 전국기술교사모임, 한국 메세나협회 등 17개 기관이 참여해 63개의 다양한 프로그램을 진행했다.

특히 LG 임직원들은 청소년들이 자율주행차, 인공지능, 사물인터넷과 같은 첨단 기술을 직접 체험하며 배울 수 있도록 지원했다.

영 메이커 아카데미를 수료한 서울 경서중학교 학생들이 페이퍼 아트로 만든 미래 도시에 대해 설명하고 있다. /LG그룹

참가자들은 '대화형 인공지능 코딩 교실', '태양광 패널을 활용한 에코랜턴 만들기', '자율주행 자동차 만들기' 등 미래의 삶을 바꿔줄 LG의 신기술을 과학원리와 함께 쉽게 배울 수 있는 시간을 가졌다.

LG는 내년부터 행사 장소를 서울 강서구 마곡에 위치한 LG사이언스파크로 옮겨 영 메이커 페스티벌이 모든 세대가 함께 즐길 수 있는 대표적인 생활과학 축제로 자리매김할 수 있도록 힘을 쏟을 계획이다. /구서윤 기자 yuni2514@