

# 오픈AI ‘영리법인화’ 논란… 메타·머스크 “공익 배신” 반발

메타, 영리법인 전환 중단 서한 제출  
머스크 “영리화 위험통제 불가” 경고  
오픈AI “성장 위한 불가피 선택” 주장

오픈AI의 영리법인 전환을 둘러싸고 갈등이 커지고 있다. 일론 머스크에 이어 모질라, 메타가 영리법인 전환에 반대하고 나섰다.

15일(현지시간) 메타가 지난 12일 캘리포니아 법무장관 로브 본타에 서한을 보내고 오픈AI의 영리법인 전환 중단을 요청했다.

메타는 직접적인 조치를 요구하고 “오픈AI의 영리법인 전환을 허용하면 자신 활동 기업들의 영리법인 전환 사례가 늘어날 것”이라며 “오픈AI의 과거 비영리 활동에 대해 조사해달라”고 썼다. 이어 오픈AI가 비영리법인으로 출발해 수십억 달러의 기부금을 모금했으며, 비영리법인으로 취득한 기부금을 영리법인의 이익으로 재편해서는 안 된다고 비판했다.

메타의 요청이 공개된 후 브렛 테일러 오픈AI 이사회 의장은 “영리법인 전환은 현재 논의 중인 사안”이라며 “비영리 법인이 계속 존재하고 성장할 수 있도록 하면서 영리법인으로서의 기업 가치를 인정받을 것”이라고 밝혔다.

오픈AI는 직원이 근무하고 급여를 받는 영리법인을 두고 있지만 이를 ‘인류에 이롭게 하겠다’는 사명을 가진 비영리법인 이사회가 통제하는 구조를 갖



ChatGPT에 의해 생성된 오픈AI의 영리법인 전환을 두고 빅테크 수장들이 가처분 신청을 내며 논란이 커지고 있다. 비영리 철학과 충돌하는 상황을 보여주는 이미지.

고 있다. 모기업까지 영리법인으로 전환하면 오픈AI는 일반 기업 사익을 추구하는 회사가 된다. 일각에서는 오픈AI가 사회 공헌 활동을 통해 수익을 창출해야 하는 공익법인 전환 또한 고려 중이라고 주장하고 있지만 신빙성은 다소 떨어지는 편이다. 현재 오픈AI는 비영리법인 유지와 영리법인 전환에 관한 계획 발표를 계속 반복하고 있다.

오픈AI의 영리법인 전환을 둘러싼 논란은 지난 1일 일론 머스크 스페이스

X CEO의 가처분 신청을 시작으로 불타올랐다. 일론 머스크는 “원고와 대증은 오픈AI가 가진 잠재적 위험을 막기 위해서는 비영리적 성격을 계속 갖도록 하는 가처분 명령만이 유일한 해법이라고 생각한다”고 신청서에 밝혔다. 머스크 측은 11월에도 캘리포니아 북부 법원에 오픈AI의 최대 투자자인 마이크로소프트(MS)와 오픈AI가 “사실상 합병”을 추진하고 있다며 반독점법 위반 혐의로 소장을 제출했다.

마크 서먼 모질라(Mozilla) CEO도 성명서를 내고 “오픈AI의 원칙을 따르던 이들이 이탈하는 현상은 장기적인 목표가 흔들리고 있다는 증거”라며 “우리가 아는 한, 이미 오픈AI는 공익을 추구하지 않는다”고 강도 높게 비판했다. 모질라는 비영리 재단과 연구기관을 통해 파이어폭스 웹 브라우저를 만든 기업이다.

영리법인 전환을 두고 비판하는 목소리는 빅테크 기업들 외 내부 관계자에도 걸쳐서 나오고 있다.

오픈AI의 전(前) 연구 엔지니어인 윌리엄 손더스는 기고문을 통해 “오픈AI가 영리기업으로 전환하면 비영리 이사회 중요한 통제권한에 문제가 생길 수밖에 없고, 인공일반지능(AGI)를 둘러싼 안전 프로토콜에 대한 결정이 훼손될 수 있다”며 “재정적 기대와 윤리적 의무 사이에서 오픈AI가 어떤 스탠스를 취할지 알 수는 없지만, AI의 사회적 책임이 일정 부분 훼손되는 것은 막을 수 없을 것”이라고 주장했다.

오픈AI는 2015년 사회적 이익을 극대화하는 AGI를 개발하겠다는 사명을 가진 비영리 단체로 설립됐다. 다만 이들은 2019년 AI 기술 개발에 있어 필요한 컴퓨팅 자원을 얻기 위해서는 수십억 달러 이상의 천문학적 비용이 들어간다는 사실을 알았고, 일리야 수츠케버 전 오픈AI 수석과학자는 “사명을 수행하면서도 자원을 조달할 수 있는 능력을 높여야 한다”고 쓰고 얼마 지나지 않아 투자자와 직원들이 얻을 수 있는 자본에 상한선을 둔 영리법인을 설립했다.

업계에서는 앞서 이익 극대화에 반대하던 수츠케버 등이 축출 당하고 개발 속도를 높이며 수익화에 집중한 샘 알트먼이 퇴출 9개월 만에 돌아온 일을 들어 영리법인화는 막을 수 없을 것으로 보고 있다. 당시 알트먼은 오픈AI의 가장 큰 투자자인 MS의 적극적인 공세로 복귀할 수 있었고 수츠케버는 직무 정지 후 결국 퇴사했다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

## “공간·스타일·가격 모두 잡은 ‘올라운더’”

한국GM 쉐보레 트랙스 크로스오버  
美 3분기 누적 판매량 14만 9762대  
내수 시장서 소형세단 대체하며 성장  
SUV 공간·세단 승차감 모두 갖춰



쉐보레 트랙스 크로스오버.

‘사회초년생’에 해당하는 20~30대 젊은 소비자들 사이에서 크로스오버 유틸리티차량(CUV)이 주목받고 있다.

과거 젊은 소비자들은 첫차로 준중형 세단과 소형 스포츠유틸리티차량(SUV)을 선택했지만 최근 세단의 인기가 시들해지자 그 자리를 CUV가 파고들며 엔트리 시장의 판도를 바꿔놓고 있다. 이 가운데 소형부터 준중형, 중형 세단 시장까지 커버하기 위해 만들어진 트랙스 크로스오버는 다재다능한 상품성으로 CUV 대표 모델로 자리잡았다.

16일 업계에 따르면 SUV의 천국인 미국에서는 CUV모델인 쉐보레 트랙스 크로스오버가 올 3분기 누적 판매대수 14만 9762대를 기록하며 소형 SUV 시장 판매 1위를 달리고 있다. 전년 동기 대비 129.5%나 판매량이 상승해 글로벌 시장에서 CUV 바람이 거세지고 있음을 알렸다. 우리나라도 마찬가지다. 한국자동차모빌리티산업협회(이하 KAMA)에 따르면 2023년 경 소형 세단 등록대수는 13만 3965대로 전년도 대비 7.5% 감소한 반면 동기간 CUV를 포함한 SUV의 판매량은 전년 대비 10.8%나 증가했다.

올해는 이같은 현상이 더욱 가속화되는 추세다. 올해 10월까지 내수 시장 누적 판매량에서 소형 세단은 전년 동기 대비

15.5% 가장 하락한 반면 SUV의 판매량은 1.9% 상승했다. 내수 판매 순위 톱 5 모델 중 세단 모델은 단 한 대뿐인 정도다.

엔트리 시장 인기 모델로 급부상하고 있는 CUV의 인기 비결은 SUV와 세단의 장점을 모두 확보했다는 데 있다. 지난해 이어 현재까지 대한민국 자동차 수출 1위를 기록 중인 쉐보레 트랙스 크로스오버는 이러한 CUV의 장점을 살려 글로벌 시장에서 성공을 거두고 있다. 소형부터 준중형, 중형 세단 시장까지 커버하기 위해 만들어진 트랙스 크로스오버는 부드러운 승차감과 민첩한 핸들링 등 세단의 좋은 점들을 대거 흡수했다.

세단보다 높고 SUV보다 낮은 차체 높이로 승차감이 편리하며, SUV 못지않은 넓은 시야와 넉넉한 공간을 갖추고 있다. 덕분에 2열 헤드룸이 좁은 세단 모델보다 쾌적한 공간을 누릴 수 있다. 실제 트랙스 크로스오버는 비슷한 가격대의 준중형 세단보다 훨씬 넓은

실내 공간을 통해 다양한 라이프스타일을 가능케 해준다. 차박 캠핑은 물론, 가구 등 부피가 큰 물건을 어렵지 않게 실을 수도 있으며, 자전거 등 아웃도어 활동을 위한 장비 적재도 훨씬 수월하기 때문이다.

여기에 스타일리쉬한 디자인도 인기 비결 중 하나다. 트랙스 크로스오버는 소형 SUV보다 낮고 넓은 디자인과 늘씬함이 돋보이는 측면비율, 루프가 날렵하게 떨어지는 쿠페형 스타일을 적용해 쉐보레의 스포츠카 카마로를 연상시킨다. 여기에 역동성을 표현한 RS 트림과 아웃도어 라이프스타일을 테마로 한 액티브 트림은 차별화된 디자인을 적용해 소비자들의 입맛을 충족시키고 있다.

한편 이달 중 트랙스 크로스오버 구매 고객에게 3.9% 이율로 최대 36개월 초저리 할부 또는 4.9%의 이율로 최대 72개월의 초장기 할부 혜택을 제공한다. /양성운 기자 ysw@

## 네이버 지도, 현실 공간감 3차원 구현

‘거리뷰 3D’ 서비스 정식 오픈

네이버 지도가 공간지능 기술 기반, 3차원 환경에서 제공되는 거리뷰를 선보인다. 네이버는 거리뷰 상에서도 건물 및 업체 정보 등을 입체적으로 확인하며 보다 입체적인 장소 탐색 경험이 가능한 ‘거리뷰 3D’ 서비스를 정식 오픈한다고 16일 밝혔다.

네이버 지도 ‘거리뷰 3D’는 오프라인 공간감을 실제 육안으로 확인하는 수준에 가깝게 3차원 환경으로 구현한 서비스다.

이번 거리뷰 3D는 서울 내 대형 상권지에 우선 적용됐다. 강남구, 마포구, 송파구, 용산구, 영등포구, 종로구, 중구 등 서울 내 다수 지역과 경기도 성남시 분당구 등지에서 우선 활용 가능하며, 대상 지역은 순차 확대할 계획이다. 네이버 지도는 지난 4월 거리뷰 3D를 서울 강남과 종로 북촌 등 일부 지역에 시범 적용하며 기술 및 안정성 등을 테스트한 바 있다. 이후 장소 세부 안내 등 이용 편의를 높이는 기능 고도화를 거쳐 이번 네이버 지도 데이터가 됐다. /김서현 기자

## ‘비즈온’, 누적 가입 회선 전년비 200% ↑

LGU+ 타 상품 대비 통신비 절약

LG유플러스는 중견기업 고객용 인터넷 전용회선 ‘비즈온’의 누적 가입 회선이 지난해 대비 올해 약 200% 증가했다고 16일 밝혔다.

LG유플러스가 지난해 5월 출시한 비즈온은 중견기업 고객의 네트워크 환경에 최적화된 인터넷 전용회선이다. 타 상품 대비 가격과 속도의 효율성이 특징이다. 고객이 업·다운로드 속도를 자유롭게 설정 가능하고, 그 속도만큼 요금을 지불해 효과적으로 통신비를 절약할 수 있다.

특히 LG유플러스는 고객이 더욱 효

율적으로 비즈온을 사용할 수 있도록 ‘대역폭 자동화(Bandwidth on Demand, BoD)’ 기능도 적용했다. 이는 특정 순간 많은 사용자가 몰려 인터넷 사용량이 증가하는 것을 대비해 고객이 임시적으로 가입 인터넷의 속도를 높일 수 있게 만든 기능이다.

가령 게임사에서 대용량 개선 작업을 진행하거나, 대학 기숙사에서 수강신청일에 많은 학생이 한 번에 몰릴 것을 대비해 업로드 속도를 임시적으로 높이는 구조다. 이 기능은 추가적인 금액 부담과 별도의 번거로운 서류 제출 과정 없이 한 달에 1번, 연 최대 2회까지 사용 가능하다.

/구남영 기자 koogija\_tea@