

시 청 자 권익보호 동 향 리 포 트 VOL.08

시청자권익정보센터



01

정책이슈

01. 알고리즘과 이용자 권익 보호

- 김윤명(디지털정책연구소 소장/법학박사)

02. 허위조작정보시대, 시청자 리터러시의 중심에 서야 한다

- 정인숙(미디어 리터러시 강사)

알고리즘과 이용자 권익 보호



김윤명(디지털정책연구소 소장/법학박사)

1. 알고리즘 시대의 편리함과 불편한 진실

넷플릭스나 티빙을 열면 보고 싶을 만한 영상이 줄줄이 뜨고, 취향에 맞는 드라마를 먼저 추천한다. 쇼핑물은 한 번 검색한 상품이 끝까지 따라다닌다. 이 모든 것의 배경에는 알고리즘이 있다. 알고리즘은 이제 거대한 미디어 환경에서 보이지 않는 편집자이자 개인 비서 역할을 맡고 있고, 이용자는 그 결과물만을 보고 살아간다.

이 편리함은 분명 현실이자 문제이다. 예전처럼, 수많은 게시물과 영상 속에서 일일이 찾아 헤매지 않아도 된다. 과거 시청·검색 기록, 관심사, 위치, 친구 관계 등의 데이터를 기반으로 한 맞춤형 추천은 이용자의 시간을 크게 절약해 준다. 플랫폼 입장에서든 이용자가 오래 머물수록 광고 수익이 늘어나니, 알고리즘 고도화는 비즈니스의 핵심 전략이 되었다. 이런 편리함의 이면은 단순하지 않다.

이용자가 무엇을 얼마나 보는지, 무엇에 오래 머무는지, 어떤 콘텐츠를 끝까지 보는지를 실시간으로 추적하는 과정에서 방대한 개인정보가 수집·분석된다. 표면적으로는 더 좋은 추천을 위해서라고 말하지만, 실제로는 이용자의 행동을 예측하고, 더 오래 머물게 하며, 특정 광고·콘텐츠를 노출하기 위한 설계가 함께 작동한다.

그 결과, 이용자의 선택은 점점 알고리즘에 의해 선별된 선택지 안으로 좁혀진다. 스스로 선택하는 것처럼 보이지만, 이미 앞단에서 걸러진 정보 중에서 고르는 구조다. 여기에 정치·사회적 의견, 혐오 표현, 허위정보 등이 결합하면, 알고리즘은 단지 편의 도구를 넘어 민주주의와 인권에도 악영향을 미치게 된다.

이 글은 알고리즘의 편리함을 부정하지 않으면서도, 이용자의 권익이라는 관점에서 그 이면을 차분히 살펴보고자 하는 취지이다. 특히, 과도한 개인정보 수집, 자율적 선택권 침해, 필터버블 문제를 짚어보고, 플랫폼의 책임과 2026년 1월 시행 예정인 「인공지능기본법」을 계기로 어떤 규범과 제도가 필요한지를 정리해 보고자 한다. 질문은 단순하다. 알고리즘 시대에, 데이터 주체로서 이용자는 어떤 권리를 가져야 하는가이다.

2. 맞춤형 추천의 구조

맞춤형 추천은 거창한 개념이 아니다. 기본 원리는 의외로 단순하다. 서비스는 이용자가 과거에 무엇을 봤는지, 그 콘텐츠를 얼마나 오래 봤는지, 어떤 것에 '좋아요'를 눌렀는지, 어느 지점에서 영상을 넘겼는지, 어떤 검색어를 자주 입력하는지 같은 행동 정보를 계속 축적한다. 여기에 연령, 성별, 물리적 위치, 사용하는 단말기, 접속 시간대와 같이 사회공학적인 요소까지 더해지면, 플랫폼은 이용자를 하나의 정교한 행동 패턴으로 프로파일링할 수 있게 된다. 그리고 비슷한 패턴을 보이는 사람들끼리 묶어, 그 집단에 잘 먹히는 콘텐츠를 다시 추천하는 것이 맞춤형

추천의 구조이다.

문제는 이 과정에서 수집되는 정보의 양과 질이다. 이용자는 서비스 이용약관과 개인정보 처리방침에 동의했다고는 하지만, 실제로 어떤 데이터가 어떤 방식으로 조합되어 어떤 알고리즘 모델에 들어가는지 알 수 없다. 동의는 형식적으로 존재하고, 정보 비대칭은 구조적으로 심각한 수준이다. 동의했다는 말이 과연 충분히 알고, 자유롭게 선택했다는 말과 같다고 보기 어렵기 때문이다.

또 하나의 쟁점은 목적의 확장이다. 처음에는 서비스 품질 개선과 추천 고도화를 위해 수집된 데이터가, 어느 순간 광고 타깃팅, 제3자 제공, 다른 서비스와의 결합 등으로 확대될 수 있다. 특히 플랫폼 기업이 여러 서비스를 수직·수평으로 통합할 경우, 각 서비스에서 모인 데이터가 하나의 거대한 이용자 프로파일로 통합되기 쉽다. 이용자는 한 번도 그런 통합을 명시적으로 동의한 적이 없는데, 사업 구조 개편과 약관 변경만으로 사실상 포기한 것이 된다.

여기서 중요한 것은, 문제의 핵심이 기술이 너무 똑똑해져서가 아니라 데이터 수집과 활용의 권한을 누가, 어떻게 행사하느냐에 있다는 점이다. 알고리즘 자체가 선택을 가지는 것은 아니다. 다만, 설계 목표가 이용자의 이익이 아니라 체류시간 극대화나 광고 수익 극대화에 맞추어져 있다면, 동일한 기술도 전혀 다른 결과를 낳는다.

결국 맞춤형 추천의 편리함을 인정하면서도, 그 기반이 되는 데이터의 수집·결합·분석 과정에 대한 통제권을 어느 정도까지 이용자에게 부여할 것인가는 중요한 문제이다. 지금까지 플랫폼이 사실상 독점해 온 권한을 이용자가 일부라도 되찾을 수 있도록 재구성해야 한다. 그렇지 않을 경우, 편리함을 가능하게 하는 알고리즘의 실체를 마주할 수 있기 때문이다.

3. 미디어로서 AI 검색

기술의 신뢰성은 완벽성에서 오는 것이 아니라, 문제가 발생했을 때 책임 있게 대응하는 구조 및 회복력(resilience)이 있는지 여부에 달렸다. 인공지능 검색은 다양한 법적 쟁점을 담고 있으며, 사업자 입장에서도 쟁점에 대한 책임과 과제를 지고 있다. 인공지능 검색은 일종의 미디어로서 사업자는 미디어 사업자로서 이용자에게 영향을 미치고 있다.

마셜 매클루언이 던진 “미디어가 메시지다(The medium is the message)”는 『미디어의 이해』 제1장의 표제이자, 전편을 관통하는 명제다. 그는 **콘텐츠의 무엇보다 그것을 운반하는 매체의 어떻게**가 인간의 감각 배분과 사회 질서에 더 크고 지속적인 변화를 낳는다고 보았다. 책·신문·라디오·TV·인터넷·스마트폰은 서로 다른 시간성·공간성·상호작용 구조를 강제하며, 그 결과 동일한 내용도 서로 다른 인간형과 제도, 규범을 낳는다. 이 통찰은 AI와 SNS가 일상의 정보 흐름을 재배치하는 오늘날에도 유효하다.

변하지 않는 것이 없듯, 미디어도 변화하고 발전하고 있다. 인터넷이 그랬고, 인공지능도 마찬가지다. 더 구체적으로는 AI 검색이 하나의 미디어로서 이용자에게 활용되고 있다. 왜냐하면, AI 검색은 더 이상 단순한 정보 탐색 도구가 아니기 때문이다. 나아가 정보의 내용을 구성하고, 의미를 형성하며, 사회적 영향력을 행사한다. 따라서, AI 검색에 대한 전통적 미디어와 동일한 규율은 어렵지만, 그에 준하는 공공성과 책임성을 요구하는 새로운 법적·윤리적 접근이 필요하다.

AI를 활용한 검색 서비스가 인터넷 검색과 구별되는 새로운 정보 접근 수단으로 확산하고 있다. 인터넷 검색은

이용자의 검색어에 맞춰 관련 웹사이트의 링크와 일부 내용을 나열해주는 역할을 했다. 반면 생성형 AI를 결합한 검색(이하, 'AI 검색'이라 함)은 인터넷의 방대한 정보를 학습한 AI 시스템이 이용자의 질의 맥락을 이해하여 직접 결과물을 생성하여 제공한다. 이러한 혁신적 변화는 이용자가 일일이 웹사이트를 방문하지 않고도 요약되고 재구성된 정보를 얻을 수 있게 한다. 동시에, AI 검색 결과물의 법적 성격과 책임 문제, 특히 저작권법상의 쟁점에 대한 논의가 본격화되고 있다. 검색 결과에 대한 책임을 서비스 제공자에게 물을 것인지, 이용자에게 물을 것인지는 새로운 논란거리가 된다.

4. 자율적 선택권 침해와 필터버블

알고리즘은 이용자에게 너를 위해 골라줬다고 말한다. 그런데 그 '골라줌'이 얼마나 개입된 것인지, 이용자는 알기 어렵다. 같은 사건을 다루는 뉴스라도, 어떤 플랫폼에서는 연예인 논란과 자극적인 댓글이 붙은 기사만 상단에 올라오고, 다른 플랫폼에서는 정책 분석 기사나 전문가 인터뷰가 눈에 잘 띄지 않는 위치로 밀려난다. 어느 쪽도 명백히 거짓은 아니지만, 이용자가 접하는 세계는 완전히 달라진다.

이것이 이른바 **필터버블(filter bubble)** 문제다. 필터버블은 보이지 않는 편집의 위험을 나타낸다. 알고리즘은 이용자가 좋아할 만한 것을 반복적으로 보여주는 경향이 있고, 이 과정에서 서로 다른 의견, 낮은 관점, 불편한 사실은 점점 배제된다. 이용자는 점점 더 자신의 생각과 비슷한 콘텐츠만 보게 되면서, 자신이 객관적이라고 착각하기 쉽다. 이러한 **확증편향**은 다른 견해를 가진 사람을 이해할 기회를 잃어버린다. 민주주의 사회에서 필요한 공론장의 다양성이 개인 맞춤형 알고리즘에 의해 서서히 축소되는 셈이다.

상업적 이해관계가 여기에 결합하면 상황은 더 복잡해진다. 특정 광고주나 파트너의 콘텐츠가 알고리즘상 유리한 위치를 차지하도록 설계되고, 그 반대편에 서 있는 콘텐츠는 자연스럽게 가시성이 떨어질 수 있다. 플랫폼은 알고리즘이 그렇게 결정했다고 하지만, 알고리즘의 목표 함수와 학습 데이터 구성, 랭킹 규칙을 누가 어떻게 설계했는지는 전적으로 사업자의 영역이다. 이때 이용자의 선택권은 이미 조정된 선택지 안에서만 행사되는 것이 된다.

자율적 선택권이란 단순히 여러 개 중 하나를 고를 수 있다는 수준을 의미하지 않는다. 어떤 선택지가 존재하는지 알 권리, 선택지 사이의 차이를 이해할 수 있는 정보, 특정 선택을 했을 때 예상되는 결과에 대한 최소한의 설명이 함께 보장될 때 비로소 실질적인 의미를 가진다. 알고리즘이 이 모든 것을 자동화된 방식으로 축소·편집할 때, 이용자의 선택은 점점 형식적인 것이 된다.

필터버블 문제는 개인의 취향에 관한 문제가 아니라, 표현의 자유, 알 권리, 민주적 의사 형성과 직결되는 문제다. 플랫폼이 하나의 공적 정보 인프라에 가까워질수록, 알고리즘을 통한 보이지 않는 편집에 대해 더 높은 수준의 책임과 투명성을 요구해야 한다.

5. 투명성과 설명의무

투명성과 설명의무는 알고리즘을 이용자에게 보이게 만드는 규범들이다. 무엇보다, 이용자의 권익을 논의할 때 가장 자주 등장하는 개념이 투명성이다. 그러나 투명성을 단순히 소스코드를 공개하라는 요구로 이해하면 현실과

동떨어진 논의가 된다. 대형 AI 모델의 코드와 수학적 구조를 본다고 해서, 일반 이용자는 물론 많은 전문가조차 실제 작동을 이해하기 어렵기 때문이다.

여기서 말하는 투명성은 이용자가 자신의 권리를 행사할 수 있을 정도의 정보 제공과 설명가능성을 의미한다. 예컨대 추천과 정렬이 어떤 기준의 조합에 의해 이루어지는지, 광고와 비광고, 스폰서 콘텐츠가 화면에서 어떻게 구분되는지, 특정 콘텐츠가 반복적으로 노출되는 이유가 무엇인지에 대해 이해 가능한 수준에서 설명할 필요가 있다. 또한 이용자가 알고리즘 맞춤 추천 기능을 끌 수 있는 설정이 어디에 있는지, 추천 결과에 영향을 주는 주요 요인에 무엇이 있는지 역시 명확히 안내해야 한다.

이와 더불어 이용자에게는 단순히 설명을 들을 권리만이 아니라, 부당한 결과에 대해 이의를 제기할 권리도 필요하다. 채널이나 게시물이 이유 없이 추천에서 배제되거나 검색 결과에서 사실상 보이지 않게 된 경우, 최소한 그 이유를 묻고 시정을 요구할 수 있는 절차가 마련되어야 한다. 이는 단순한 서비스 만족도의 문제가 아니라 표현의 자유와 알 권리와도 직접 연결되는 문제다.

국제적으로는 유럽연합의 디지털서비스법(DSA)이나 AI 법에서 대형 플랫폼과 고위험 AI 시스템에 대해 투명성, 설명 가능성, 위험 평가 의무를 강하게 부과하는 방향으로 논의가 진행되어 왔다. 이런 흐름은 결국 알고리즘 역시 규범의 대상이 되는 하나의 행위자라는 인식을 반영한다. 기술이 공적 역할을 수행하는 순간, 그 작동 방식은 더 이상 사업자의 영업비밀만으로 보호될 수 없기 때문이다.

우리도 「개인정보 보호법」의 자동화된 의사결정 관련 조항, 그리고 2026년 시행될 「인공지능기본법」 등을 통해 알고리즘과 AI 서비스에 대한 투명성·설명 책임을 점차 제도화하려는 움직임이 나타나고 있다. 중요한 것은 이러한 규범이 선언적 수준에 머물지 않고, 이용자가 실제로 체감할 수 있는 인터페이스와 절차로 구현되도록 만드는 일이다.

6. 「인공지능기본법」과 알고리즘 규율의 전환점

「인공지능기본법」은 정의·원칙·거버넌스 구성을 포함하여 AI 개발·이용 전반에 대해 기본적인 틀을 제시하려는 시도이다. 아직 구체적인 하위 법령과 가이드라인은 계속 마련되는 단계이지만, 큰 방향은 비교적 분명하다. 의료, 금융, 치안, 선거처럼 위험이 큰 분야의 AI에 대해서는 보다 엄격한 기준과 사전 심사가 요구되며, 인간의 존엄, 차별 금지, 프라이버시 보호와 같은 원칙을 AI 도입과 운영의 기준으로 삼으려 한다. 동 법의 중요한 의미는 지금까지 개별 법령 속에 흩어져 있던 AI 관련 규제를 하나의 큰 틀로 엮으려 한다는 데 있다. 그동안 알고리즘과 이용자 권익은 개인정보 보호, 공정거래, 소비자 보호 등 다양한 법 영역에서 부분적으로 다루어졌지만, 이를 시라는 구조적 관점에서 종합적으로 조망하는 법은 존재하지 않았다. 「인공지능기본법」은 이 조각난 규범들을 연결하는 하나의 헌장 역할을 맡게 된다.

물론, 한계도 분명하다. 기본법 수준에서는 원칙과 선언이 중심이 될 수밖에 없고, 실제 규제의 힘은 하위 법령과 개별법에서 나온다. 알고리즘 추천 서비스에 대한 구체적인 규율은 여전히 전기통신사업법, 방송법, 공정거래법, 개인정보 보호법 등과 긴밀히 연결되어야 한다. 「인공지능기본법」만으로 모든 쟁점을 해결할 수 있다고 기대하는 것은 과도하다.

그럼에도 「인공지능기본법」은 적어도 두 가지 쟁점을 공식 의제로 제기한다. 첫째, AI와 알고리즘이 사람의 권

리를 침해할 수 있다는 점을 법적으로 인정하고, 이를 예방하고 구제하기 위한 장치를 고민하게 만든다. 둘째, 기술 발전을 촉진해야 한다는 목표와 이용자의 권익을 보호해야 한다는 목표 사이의 균형을 어떻게 잡을지에 대한 사회적 합의를 요구한다.

이 법을 계기로 알고리즘과 이용자 권익의 문제는 더 이상 미래에 준비해야 할 이야기가 아니라, 지금 당장 제도와 현장에서 풀어야 할 숙제가 된다. 법률가와 정책 담당자, 기술자와 시민사회가 함께 논의해야 할 의제의 중심에, 알고리즘이 올라온 셈이다.

7. 이용자의 권익을 보호하기 위한 다층적 해법

이제 남은 일은 알고리즘 시대에 이용자의 권익을 실제로 보호하기 위해 무엇을 할 것인가이다. 이 문제는 한 가지 수단으로 해결될 수 없다. 법과 제도, 플랫폼의 책임 있는 운영, 기술적 설계, 이용자의 미디어 리터러시가 함께 작동해야 한다.

먼저 법·제도적 측면에서 보면, 개인정보 최소 수집과 목적 제한 원칙을 선언에 그치지 않고 실제로 지킬 수 있도록 만드는 것이 중요하다. 가명정보와 익명정보 활용 규칙을 정교하게 설계해, 필요 이상으로 개인을 식별할 수 있는 형태의 정보를 남기지 않도록 해야 한다. 자동화된 의사결정에 대해서는 설명을 요구할 권리, 이의를 제기할 권리, 인간의 개입을 요구할 권리를 법에 명시하고, 그 권리를 행사하는 절차를 간단하고 접근 가능하게 만들어야 한다. 대형 플랫폼에 대해서는 알고리즘 거버넌스 체계를 의무화해 정기적인 위험 평가와 외부 감사, 영향 평가 결과의 공개를 요구하는 방안도 생각해볼 수 있다.

다음으로, 플랫폼의 책임과 자율규제 역시 빼놓을 수 없다. 추천 알고리즘을 완전히 공개하기 어렵다면, 최소한 이용자에게 이해 가능한 수준의 요약 정보와 설정 옵션을 제공해야 한다. 어떤 경우에 어떤 유형의 콘텐츠가 상단에 노출되는지, 광고와 일반 콘텐츠의 경계가 어디에 있는지, 혐오 표현과 허위정보, 과도한 선정성이 알고리즘에 의해 증폭되지 않도록 내부 기준과 검증 체계를 마련하고 그 기본 방향을 외부와 공유하는 노력이 필요하다. 알고리즘과 광고 비즈니스 간 이해 상충이 발생할 수밖에 없는 만큼, 그러한 상황에서 어떤 원칙에 따라 조정하는지를 투명하게 설명하는 것도 하나의 책임이다.

기술적 대응과 설계에 대한 철학도 중요하다. 프라이버시 보호 기술을 적극적으로 활용해, 민감한 정보를 중앙 서버에 과도하게 모으지 않고도 일정 수준 이상의 추천 품질을 유지할 수 있는 방향을 모색할 수 있다. 추천 알고리즘에 다양성 요소를 포함시켜, 항상 취향에 맞는 것만 반복해 보여주는 것이 아니라, 일정 비율의 낯선 콘텐츠와 다른 관점의 콘텐츠가 자연스럽게 섞이도록 설계하는 것도 하나의 방법이다. 이용자가 자신의 데이터와 추천 기록을 한눈에 보고, 필요할 때 직접 수정·삭제·초기화할 수 있는 투명한 대시보드를 제공하는 것 역시 권리보호와 직결되는 선택이다.

마지막으로 이용자의 역량, 즉 미디어 리터러시의 문제를 빼놓을 수 없다. 법과 기술만으로 모든 것을 해결할 수는 없다. 이용자 스스로도 내가 보는 화면이 곧 세계 전체는 아니라는 감각을 유지할 필요가 있다. 추천 알고리즘이 존재한다는 사실과 그 대략적인 원리를 이해하는 것만으로도, 이용자는 화면에 나타나는 정보를 일정한 거리에서 비판적으로 바라볼 수 있게 된다. 하나의 플랫폼이나 매체에만 의존하지 않고, 의식적으로 다른 출처의 정보를 함께 찾아보려는 습관 역시 중요하다. 특히 청소년과 노년층 같은 정보 취약계층에 대해서는 시청자미디어재

단과 같은 기관이 알고리즘과 데이터, 추천 구조에 대한 기초 교육을 제공할 필요가 있다.

이처럼 법제, 플랫폼 운영, 기술 설계, 이용자 교육이라는 네 가지 층위는 서로를 뒷받침하는 구조로 엮일 때 비로소 실질적인 힘을 가진다. 어느 하나만으로는 부족하고, 함께 맞물릴 때 이용자의 권익 보호가 현실적인 목표로 다가온다.

8. 맺음말

알고리즘은 우리의 일상과 민주주의, 인권의 가치를 바꾸고 있다. 예를 들면, 뉴스, 추천 영상, 검색 결과, 쇼핑 목록은 모두 알고리즘이 그린 세계의 단면이다. 이를 단순히 기술의 발전이라고만 부를 수 있을지는 의문이다. 오히려, 어떤 가치와 목표에 따라 기술을 설계했는가를 확인하게 된다.

기술을 사람의 편으로 되돌리는 일은 거창한 구호가 아니라, 매우 구체적인 작업이다. 불필요한 데이터를 덜 모으는 선택, 설명을 조금 더 정직하게 하는 선택, 다양한 의견이 섞일 수 있도록 알고리즘을 조정하는 선택, 이용자가 싫다고 말할 수 있는 버튼을 눈에 잘 보이는 곳에 두도록 하는 것이 여기에 속한다. 이러한 선택지들은 사소하게 보일 수 있지만, 실제로는 권리의 구조를 바꾸는 실천에 관한 것들이다.

앞으로 「인공지능기본법」을 비롯한 여러 법과 정책이 현장에서 적용되면, 알고리즘과 이용자 권익에 대한 사회적 논쟁은 더 치열해질 것이다. 산업계는 과도한 규제가 혁신을 막지 않을까 우려하고, 시민사회는 더 강한 인권 보호를 요구할 것이다. 그 사이에서 법과 제도는 균형을 모색해야 한다. 기술을 멈추자는 것이 아니라, 기술이 인간의 존엄과 민주주의를 잠식하지 않도록 울타리를 세우자는 요구에 답해야 한다.

시청자미디어재단이 맡고 있는 역할도 여기서 중요해진다. AI 리터러시 교육, 시청자 권익 보호, 공적 미디어 환경 조성이라는 과제는 이제 알고리즘 이해와 데이터 감수성까지 포괄해야 한다. 어떤 프로그램을 볼 것인가에서 어떤 알고리즘 아래에서 볼 것인가로, 정책적 시야를 넓힐 필요가 있다.

결국, 알고리즘과 이용자의 권익을 둘러싼 논의는 인간에 대한 본질로 회귀한다. 사람을 데이터와 클릭 패턴, 체류 시간으로만 환원하지 않기 위한 최소한의 저항, 그리고 그 저항을 제도와 교육, 기술 설계 속에 녹여내려는 노력이 중요하다. 기술이 더 발전할수록, 인간의 권리는 더 충실하게 보장되어야 한다. 그 과정에 법과 정책, 그리고 이용자의 깨어 있는 감시가 함께해야 한다. 이것이 시기본사회 구현을 위해 우리에게 주어진 숙제이다.

허위조작정보시대, 시청자 리터러시의 중심에 서야 한다



정인숙(미디어 리터러시 강사)

가장 많이 요청받는 강의 주제는 허위조작정보입니다. 더 구체적으로는 ‘가짜뉴스’ 강의 요구가 압도적입니다. 최근에는 그 범위가 넓어져 딥페이크 영상, 보이스피싱, 허위 광고 등 ‘미디어를 안전하게 사용하는 법’을 다뤄달라는 요청으로까지 확산되고 있습니다. 이제 허위조작정보 교육은 특정 직업군이나 세대에 한정된 주제가 아니라, 전 사회 구성원이 반드시 갖춰야 할 필수 역량으로 자리 잡았습니다.

최근 사회적 파장을 일으킨 캄보디아 취업사기 사건은 그 심각성을 단적으로 보여줍니다. ‘고수익 해외 취업’이라는 달콤한 문구 뒤에 숨어 있던 거짓 정보는 수많은 청년을 위험에 빠뜨렸습니다. 캄보디아로 향했던 청년들이 감금과 강제 노동의 피해자가 되었다는 사실은 우리 모두에게 뼈아픈 교훈을 남겼습니다.

이 사건은 단순한 사기 사건을 넘어, ‘미디어 정보에 대한 비판적 판단력’이 얼마나 중요한가를 드러낸 상징적인 사례입니다. “이 정보는 믿을 만한가?”, “출처는 어디인가?” 하는 기본적인 의문을 갖지 못한 결과, 허위조작정보가 한 개인의 삶과 사회 전체의 신뢰까지 무너뜨리는 파급력을 갖게 됩니다.

따라서 이 글에서는 생애주기별 허위정보 대응 교육 사례를 중심으로 왜 지금 시청자의 미디어 리터러시 강화가 가장 중요한 사회적 과제인지 살펴보고자 합니다. 정보의 올바른 접근과 이용을 다루는 미디어 리터러시 교육은 단순한 기술 학습이 아니라, 시민이 스스로를 보호하고 공동체의 신뢰를 지키는 핵심적 사회 안 전망이 될 것입니다.

용어의 혼란이 만든 사회적 혼돈, 가짜뉴스에서 허위조작정보로

우리 사회에 가장 널리 사용되는 표현은 여전히 ‘가짜뉴스(fake news)’입니다. 짧으면서도 쉽고 오랫동안 대중매체에서 반복되다 보니 자연스럽게 일상 용어로 자리 잡았습니다. 그러나 이 표현은 정확하지 않습니다. ‘가짜뉴스’라는 말은 뉴스의 형식을 빌린 허위 콘텐츠만을 지칭하는 것처럼 보이지만, 오늘날 문제가 되는 정보는 뉴스 형태에 한정되지 않습니다. 그래서 보다 정확한 용어인 ‘허위조작정보(Disinformation)’로 사용해야 합니다.

하지만 이 정확한 용어가 널리 사용되지 못하는 데에는 이유가 있습니다. 시민들에게는 ‘허위조작정보’라는 단어가 “길고 어렵고 생소하다”라는 인식이 강합니다. 용어가 어렵게 느껴지면 개념 역시 멀게 느껴집니다. 반면 ‘가짜뉴스’라는 표현에는 ‘뉴스’라는 단어가 포함되어 있어, 언론사와 공적 뉴스보도마저 의심해야 한다는 부정적 인식을 강화할 위험이 있습니다. 실제로 일부 시민들은 “뉴스 자체를 믿을 수 없다”라고 말하며 언론 전반을 불신하는 상황에 이르렀습니다. 용어 하나가 공론장의 신뢰 기반을 흔든 것입니다.

이처럼 용어 하나가 사회적 신뢰를 흔들 수 있습니다. 따라서 교육 현장에서는 개념을 명확히 구분해 가르

칠 필요가 있습니다. ‘허위조작정보’라는 올바른 용어를 사용함으로써 시민들이 “허위(거짓된 정보)”와 “조작(의도적으로 꾸며낸 행위)”의 의미를 정확히 이해하도록 해야 합니다. 용어의 통일은 단순한 언어의 문제가 아니라, 정보를 판단하고 신뢰할 수 있는 사회적 기준을 세우는 첫걸음이기 때문입니다.

다만 문제는, 이러한 미디어 리터러시 개념 자체가 시민들에게 아직은 낯설고 어렵게 느껴진다는 데 있습니다. 그래서 저는 실제 강의의 라포 형성 단계에서 게임·영상·실제 사례 분석 등 다양한 방식으로 개념에 노출시키는 전략을 활용합니다. 미디어 생태계가 워낙 빠르게 변화하기 때문에, 개념을 자연스럽게 받아들이도록 돕는 과정이 필수적입니다.

특히 시청자미디어재단과 같은 미디어 교육기관이 개발한 허위조작정보 수업용 자료는 이러한 문제를 해결하는 데 매우 효과적입니다.



전국센터에 보급되어 강의에 사용할 수 있는 <매치매치 정보 판별 용어 보드게임>

허위정보의 실체와 사회적 피해, 캄보디아 취업사기 사례

‘허위조작정보’라는 용어의 혼란은 단순히 언어적 불일치에 그치지 않습니다. 이는 곧 현실적 피해와 사회적 혼란으로 전이되고 있습니다. 그 대표적인 사례가 바로 캄보디아 취업사기 사건입니다.

SNS와 메신저를 통해 “캄보디아 고수익 일자리, 숙식 제공, 안전한 근무 환경 보장”이라는 문구가 확산되었습니다. 사진과 영상이 그럴듯하게 꾸며져 있었고, 일부는 뉴스 기사 형식으로 만들어져 신뢰감을 주었습니다.

남자 여자 TM직원 or 채용직원 (구인)
필 합니다. 초보직원 대 환영합니다.

*** 솔직하게 그대로 오픈해드리구요,
중요한 안전! 그리고 중요한 돈! 책임지고
맡아 버시게끔 모두가 도와드립니다 ***

1. 보안성 일하기 가장 안전한나라 맞아요.
2. 종퇴고 있는 회사, 안전을 최우선.
3. (여)고향 월급제 1150~1700만원까지
4. (남)고향 월급제 1500~3천만원
5. 지난달 직원들 최고월급 4500만원 수령
6. 회사대표 직속 채용함 (한국인만 근무)

*** 돈못버는곳에서 더이상 고생하지마세요
꼭 반드시 잘되는 회사에서 일을 하셔야만
제대로 돈버시고 큰돈 모으실수 있습니다.
정말 진심 어린 복트입니다. 필수 있을때
빠르게 버시고 내인생 되찾으세요 ***

고수익을 홍보하는 캄보디아 구인 글./온라인 커뮤니티

자!! 대놓고 확실히 말씀 드립니다.
검금 폭행 같은 말도 많고는일 있고
출대일이 적어있는것 하지 않습니다.
그렇게 많은 회사도 아니요 돈 많이
받습니다. 오랫동안 안전하게 유지해온
문고 일하셔도 되는 그런 회사이며
오랫동안 직원들도 회사를 믿고 일하고
있습니다. 캄보디아에서 가장 탄탄하고
안전한 회사라고 자부 합니다. #

*** 저를 믿고 오신분들이 많으십니다.
다들 많이 많았고 어렵게 결정을 내려서
오셨지만 지금은 빛도 정리하고 잘받고
돈모아가며 스스로 목표도 세워가며
정말 재밌게 놀고 일할만 일하며 그렇게
지냅니다. 사실적 현실적인 복트구요 ***

남자 여자 TM직원 or 채용직원 (구인)
필 합니다. 초보직원 대 환영합니다.

캄보디아에 서류 가져다 주실분

이웃알바 · 9분 전

💰 건당 400,000원

📅 오늘 달력보기 v

🕒 시간 협의

안녕하세요

저희 형한테 서류 가져다 주실분이요 비행기 표는 저희가
왕복으로 발급해드립니다 개인 및 회사 서류들이 있어서
용지로 가져서 찍은점 양해 부탁드립니다.

관심 8 · 조회 389

👤 지원자 6명

서류를 전달해주면 40만원을 준다는 내용의 구인 글./온라인 커뮤니티

조선일보 박선민 기자 20251014 [링크](#)

하지만 그 이면에는 조직적인 인신매매와 감금, 강제 노동 범죄가 도사리고 있었습니다. 피해자 대부분은 20~30대 구직 청년들이었으며, 일부는 '친구의 추천'이나 'SNS 광고'를 통해 현지로 향했습니다.

이 사건은 단순한 사기 사건이 아니라, 허위조작정보가 어떻게 개인의 판단 능력을 마비시키고 사회적 신뢰를 붕괴시키는가를 보여주는 상징적 사례입니다. 허위광고와 거짓 정보가 반복 노출되면, 사람들은 점차 그 내용을 사실로 받아들이는 '확증편향'의 함정에 빠집니다. 특히 "영상으로 봤다", "뉴스처럼 보였다"라는 시각적 자극은 진실처럼 느끼게 합니다. 캄보디아 취업사기는 결국 '허위조작정보'가 한 개인의 삶을 어떻게 파괴하고, 나아가 사회 전체의 신뢰 기반을 어떻게 무너뜨리는지를 여실히 보여주는 비극적 경고입니다.

만약 피해자들이 정보를 접했을 때 "출처는 어디인가?", "공식 기관에서 확인한 내용인가?"와 같은 내용을 한 번만이라도 점검했다면 결과는 달라졌을지도 모릅니다. 상식적으로 내가 알고 있는 정보와 비교해 보았을 때 차이가 많은 정보들은 확인이 필요합니다. 예를 들어 초보자가 통상적으로 받는 월급 외에 많은 액수를 보장한다거나 최고 월급을 강조한 내용과 단순 서류 전달에 고수익을 준다는 내용은 불법이나 사기일 가능성을 생각해 봐야 합니다. 또 온라인 커뮤니티에서 본 정보가 공식 사이트에서도 확인되는지, 시간을 들여 직접 확인해 볼 필요가 있습니다.

이러한 피해를 예방하기 위해 필요한 것은 무엇일까요? 바로 미디어 리터러시 수업을 통한 비판적 사고력의 함양입니다. 학습자들이 직접 사례를 분석하고 스스로 의문을 제기할 수 있도록, 다음과 같은 핵심 질문을 중심으로 생각을 정리해 보는 활동을 제안합니다.

비판적 사고 함양을 위한 핵심 질문	<ul style="list-style-type: none"> - 정보의 출처는 어디인가? - 제시된 정보를 확인할 수 있는 기관 이름이나 연락처가 있는가? - 제시된 정보에 과장이나 자극적인 내용은 없는가? - 감정에 호소하거나 불안을 주는 표현이 없는가? - 상품이나 서비스 관련 후기와 댓글은 존재하는가? 있다면 어떤 내용인가? - 이 정보는 왜 많이 알려지지 않았을까? - 게시물 외의 정보를 직접 확인해 보았는가?
나의 생각	

따라서 허위조작정보 대응의 출발점은 단순한 기술적 제재에 머물러서는 안 됩니다. 직접적인 피해를 입을 수 있는 시민들에게 선제적으로 미디어 리터러시 교육을 확산하고, 비판적 사고력을 체계적으로 기르는 일이 무엇보다 중요합니다.

미디어를 통해 접하는 모든 정보가 신뢰할 만한가를 묻는 습관—즉, 비판적으로 읽고(critical reading), 분석하고(analyzing), 판단하는 능력—은 이제 현대 사회의 필수 생존 기술이자, 시민의 자율적 안전망이라 할 수 있습니다.

감정을 자극해 여론을 흔드는 허위조작정보, 사회 갈등의 불씨가 되다

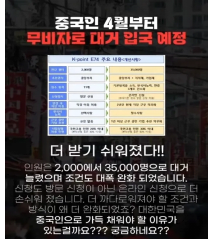
허위조작정보는 단순한 잘못된 정보가 아니라 사회적 정서를 교란하고 여론을 흔드는 구조적 위험 요인으로 작동합니다. 특히 국내에서는 특정 의도를 갖고 생산된 조작정보가 플랫폼을 거치며 순차적으로 증폭되는 확산 경로가 뚜렷하게 나타나고 있습니다.

허위조작정보의 유통 과정은 대체로 유사한 흐름을 보입니다. 익명성이 강한 온라인 커뮤니티에서 출처 불분명한 주장이 먼저 등장합니다. 이후 일부 유튜버가 이를 ‘자신의 분석’이라는 형식으로 재가공하여 확산을 시작한 후, 정치인이나 유명인이 해당 내용을 언급하면 정보는 사회적 영향력을 더 갖게 됩니다. 마지막으로 언론이 이러한 발언을 따옴표 형태로 보도하면서, 사실 여부가 검증되지 않은 내용이 미디어와 생활 속에서 사실처럼 소비되는 구조가 형성됩니다. 이 과정에서 정보는 원래의 맥락은 사라지고 감정적 반응만을 남긴 채 사회 전반에 퍼지게 됩니다.

올해 국내에서는 이러한 문제를 보여주는 사례가 연달아 발생했습니다. 4월경에는 중국인이 무비자로 대거 입국할 것이라는 허위 정보가 확산되어 외국인 혐오 정서를 자극했습니다. 8월 이후에는 학교와 백화점, 공공시설 등을 대상으로 한 폭발물 설치 협박 조작 게시물이 반복적으로 등장하여 시민 불안을 증폭시켰으며, 수능날까지 사회적 긴장을 고조시켰습니다. 11월에는 해외 유튜버가 “한국에서 훼손된 시신이 다수 발견되고 있다”라는 허위 주장을 퍼뜨려 국제적 파급력까지 갖는 문제가 되었습니다. 이 사례들은 공통적으로 검증 부재 → 감정 자극 → 사회 갈등 확대라는 허위조작정보의 전형적 형태입니다.

그렇다면 교육 현장에서 어떤 자료를 활용해야 할까요? 허위조작정보 교육에서는 너무 오래된 사례를 사용하면 학습자의 관심이 떨어지고, 반대로 아직 사실관계가 정리되지 않은 혼란기의 사건을 사용할 경우 오히려 오해를 확산시킬 수 있습니다.

따라서 사실관계가 명확히 확인된 최근 사례를 선별하여 활용하는 것이 중요합니다. 이를 기반으로 모둠 활동을 구성하면 학습자들은 정답을 제공받는 방식이 아니라, 정보를 하나하나 살펴보고 스스로 의심하고 검증하는 능력을 기를 수 있습니다. “이 부분은 근거가 부족한데?”, “출처를 확인해 봐야 하지 않을까?”라는 질문이 자연스럽게 나오도록 유도하는 것이 교육의 핵심입니다.

<p>사례1. 중국인 무비자 입국 허위정보 (2025년 3~4월)</p>		<ul style="list-style-type: none"> - “중국인이 4월부터 무비자로 대거 입국한다”는 허위 정보가 온라인에서 확산되었습니다. - 법무부는 즉시 사실이 아님을 발표했습니다. - 외국인 혐오 정서를 자극하며 사회적 갈등을 촉발했습니다. - 경향신문, 2025.03.20. 보도, 법무부 제공
---	---	---

<p>사례2. 교육기관·도심 시설 폭발물 협박 게시물 (2025년 8~11월)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - “하교 때 폭탄을 터뜨리겠다”는 이메일 등 허위 협박이 잇따라 접수되었습니다. - 실제 폭발물은 발견되지 않았으나 학교·경찰·소방 등 공공 인력이 대규모로 투입되었고, 시민 불안이 확산되었습니다. - 수능 시험날까지 사회적 긴장 상황이 이어졌습니다. - 헤럴드경제, 2025.11.10 보도
<p>사례 3. 해외 유튜버의 ‘한국 시신 훼손’ 허위 주장 (2025년 11월)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 구독자 약 96만 명 규모의 해외 유튜버가 “한국에서 훼손된 시신이 다수 발견되고 있다”고 주장했습니다. - 사실과 다른 내용으로 확인되었고, 경찰이 즉시 수사에 착수했습니다. - 국가 이미지 훼손까지 초래할 수 있는 심각한 문제였습니다. - 서울경제, 2025.11.05 보도

그렇다면 이러한 사례들을 학습자와 함께 어떻게 판단하도록 가르칠 수 있을까요? 허위조작정보를 판별하는 기준은 이미 여러 기관에서 제시하고 있으나, 기준이 다양하다는 것은 곧 하나의 정답이나 절대적 규칙이 존재하지 않는다는 뜻이기도 합니다. 따라서 교육 현장에서는 하나의 기준을 주입하기보다는, 학습자의 발달 단계·경험 수준·생애 주기 특성에 맞추어 적절한 판단 틀을 선택해 적용하는 방식이 필요합니다. 학교급별로 접근이 달라지는 이유도 여기에 있습니다.

결국 중요한 것은 ‘정해진 하나의 기준’을 암기하게 하는 것이 아니라, 사례를 직접 분석해 보며 정보의 출처·구성 방식·감정적 자극 요소·검증 가능성 등을 스스로 점검할 수 있도록 돕는 것입니다. 이러한 과정은 허위조작정보를 비판적으로 바라보는 기초 역량을 형성하는 데 매우 효과적입니다.

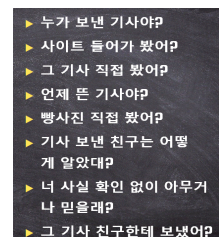


가짜 뉴스의 특징을 분석하는 학습 자료 <사진 출처: 부산 뉴스 리터러시 연구회>

<부산 뉴스 리터러시 연구회>



<방송기자연합회 팩트체크 공모전 수상작>



이러한 사례들은 허위조작정보가 사회 전반에 어떤 파급효과를 미치는지 이해하는 데 매우 효과적인 자료가 됩니다. 학생이라면 <사례 2>를 통해 수능생·학부모·교사·경찰 등 사회 구성원 전체가 허위 게시물 하나로도 비상 체계에 돌입해야 하는 현실을 이해하게 됩니다. 이 사례는 허위 신고 하나가 공공 자원·안전 인력의 낭비로 이어지고, 사회적 불안이 어떻게 증폭되는지 간접적으로 체험하는 기회가 됩니다.

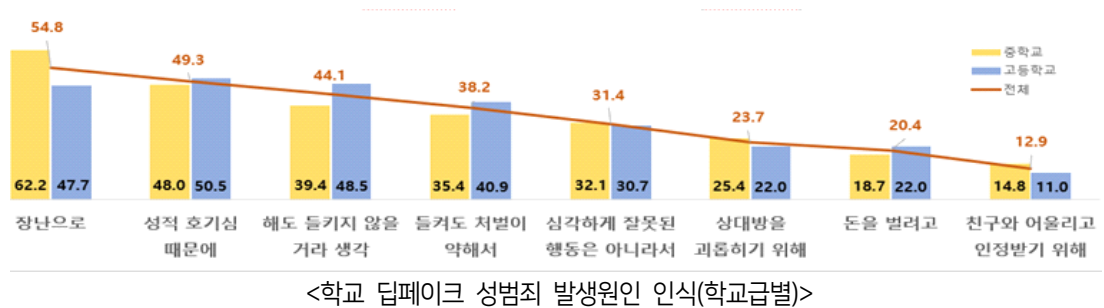
성인이라면 <사례 1>을 통해 외국인 혐오 기반의 허위정보가 국가 간 오해와 긴장을 불필요하게 유발하며, 외교·경제 전반에도 영향을 미칠 수 있다는 점을 인식하게 됩니다.

결국 허위조작정보는 개인의 판단을 넘어서 사회적 안정과 공공의 신뢰를 위협하는 요인이며, 이를 예방하기 위한 시민의 비판적 정보 해석 능력이 무엇보다 중요합니다.

허위조작정보의 또 다른 위험, 딥페이크(Deepfake) 불법합성물

기술의 발전은 인류의 삶을 편리하게 만들었지만, 동시에 새로운 형태의 허위조작정보를 생성하며 사회적 신뢰를 위협하고 있습니다. 특히 생성형 AI의 급속한 확산은 허위정보의 정교화라는 새로운 문제를 일으키고 있습니다. 그중에서도 대표적인 사례가 불법 합성물 문제입니다. 불법 합성물은 단순한 기술 장난이 아니라 성범죄· 명예훼손·사이버 괴롭힘으로 이어지는 심각한 사회적 문제로 확대되고 있습니다.

교육부의 학교 딥페이크 불법 영상물 관련 청소년 인식 조사에 결과¹⁾에 따르면 응답자의 97.2%가 “불법 합성물 성범죄 사건을 인지하고 있다”라고 답했으며, 92.0%는 잘못된 주체를 “사진을 도용해 가짜 사진이나 영상물을 만든 사람의 잘못”으로 인식하고 있습니다. 그럼에도 불구하고 원인으로는 ‘장난 삼아’(54.8%)나 ‘들켜도 처벌이 약하다’(38.2%)라는 응답을 하였는데, 매우 위험한 인식 상태라 기술 악용에 대한 심각성 인식이 매우 미흡합니다.



그렇다면 딥페이크 불법 합성물 피해를 예방하기 위해 무엇이 필요할까요? 무엇보다도 딥페이크 기술에 대한 이해가 먼저 선행되어야 합니다. 기술의 긍정적 활용과 더불어, 악용될 경우 발생하는 심각한 피해 양상과 구체적 대응 방법을 균형 있게 제시하는 것이 중요합니다. 특히 수많은 필수 교육 중 하나로 소모적으로 소비되는 것이 아니라, 학습자가 실제 위험을 인지하고 스스로 대응할 수 있도록 실질적 역량을 강화하는 방향으로 진행되어야 합니다.

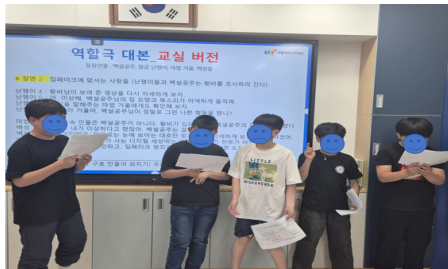
이를 위해 앱을 활용해 실제 이미지와 생성 이미지를 비교하는 활동, 역할극을 통한 대응 연습, 통계·영상 자료를 활용한 사례 기반 학습 등 체험형·분석형 활동이 병행되어야 합니다.

딥페이크 교육을 진행할 초기에는 피해가 제한적일 것이라고 예상했지만, 회차가 거듭될수록 교육장 곳곳에서 “아, 그게 딥페이크였네...”, “저거 우리 학교에도 있었어!”, “이거 나쁜 거였네요.”와 같은 반응이 이어졌습니다. 이러한 웅성거림을 들으며, 딥페이크 불법 합성물이 이미 일상 깊숙이 확산되어 있다는 현실을 체감하게 되었고, 교육의 시급성과 중요성을 다시 한 번 절실히 느끼게 되었습니다.

1) 교육부, 학교 딥페이크 불법 영상물 실태 및 청소년 인식 조사 결과 발표 (2024. 12. 12.)

다음은 반드시 우선적으로 다뤄야 할 핵심 교육 내용입니다.

- 피해 인지 능력: '지금 내가 피해 상황에 처해 있구나'를 아는 것
- 대응 절차 숙지: 감정적 대응에 앞서 즉시 도움을 요청하여 확산을 막는 것
- 범죄 인식의 확립: 장난이 아니라 엄연한 범죄 행위임을 명확히 이해하는 것

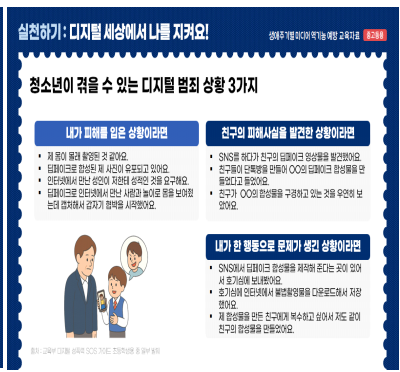
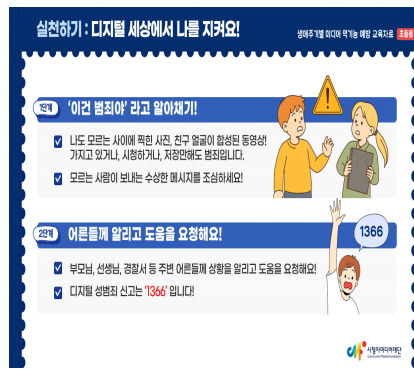


<백령초등학교 고학년 딤편이크 교육>



<백령초등학교 저학년 딤편이크 교육>

딤편이크 불법 합성물은 기술의 악용이라는 단순한 차원을 넘어, 시민 간 신뢰를 붕괴시키고, 사회 전체의 정보 생태계를 오염시키는 허위조작정보의 새로운 형태이므로 기술 자체가 문제가 아니라, 이를 사용하는 인간의 인식과 윤리의식에 있다는 점을 강조해야 합니다. 더불어 대응 방식 전파 강화로 나아가야 합니다. 시청자미디어재단에서 개발한 생애주기별(초등~노인) 최신 딤편이크 범죄 예방 교육 자료를 소개합니다. 누구나 무료 다운로드받아 사용이 가능합니다.

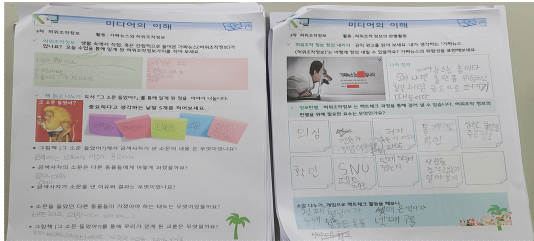


<시청자미디어재단 2025년 생애주기별 미디어 역기능 예방 교육안 - 딤편이크 범죄 예방 강의안과 지도안 ([링크](#))>

핵심은 시청자의 미디어 리터러시 강화이다

시청자미디어재단에서 전국 단위의 통일된 교안을 제공하기 전까지 국내 미디어 리터러시 교육은 강사 개인의 전문성과 경험을 기반으로 학교, 공공도서관, 지역 기관에서 다양하게 이루어져 왔습니다. 그림책으로 허위정보의 생성·확산 과정을 풀어내거나, 뉴스 사례를 활용해 위험성을 분석하는 방식, 보드게임을 재구성해 흥미를 높이는 수업, 최근에는 앱을 활용해 실제 이미지와 생성 이미지의 판별 활동까지 등장했습니다. 변화하는 미디어 환경에 대응하기 위해 현장의 강사들이 꾸준히 새로운 접근법을 개발해온 결과입니다.

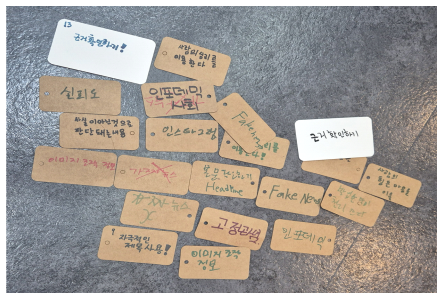
<허위조작정보 판별 요소의 수업 사례>



그림책 활용_초등학생 수업



온라인 게임 활용_초·중등 수업



보드게임 활용_초등학생 수업

그러나 허위조작정보의 양적 증가와 정교화가 동시에 위협하는 지금, 미디어 리터러시 교육은 사회 전체가 함께 해결해야 할 과제가 되었습니다. 허위조작정보는 감정을 자극해 빠르게 확산되고, 사실 여부와 무관하게 여론 형성에 직접적인 영향을 미칩니다. 혐오 정서를 부추기고, 근거 없는 공포를 조장하며, 정치·사회적 갈등을 키워 결국 사회의 신뢰 기반을 약화시키는 결과로 이어집니다. 앞서 살펴본 '폭발물 설치 협박 조작 게시물' 등은 이러한 현실을 단적으로 보여줍니다.

따라서 대응의 중심은 기술적 차단이나 사후 처벌보다 시민의 판단력 강화, 즉 미디어 리터러시 능력에 두어야 합니다. 시민 스스로 정보의 출처와 맥락을 검토하고, 사실과 감정을 분리하며, 의도와 목적을 판단할 수 있을 때 비로소 허위조작정보의 파급력을 줄일 수 있습니다. 이는 단순한 정보 해석 기술을 넘어, 정보가 사회에 미치는 영향을 이해하고 책임 있는 정보 이용자로 성장하는 과정이기도 합니다.

이를 위해서는 시청자가 능동적으로 참여할 수 있는 학습 환경을 제공해야 합니다. 실제 사례 분석, 출처 비교, 영상 진위 판별 등 탐구 기반의 학습과 생성형 AI 시대에는 이미지·영상 검증 능력 또한 필수적입니다. 교육은 단회성 전달이 아니라 반복적·경험적 학습을 통해 생활 속에서 자연스럽게 습관화될 때 힘을 발휘합니다.

결국 허위조작정보에 흔들리지 않는 사회는 '정보를 차단하는 사회'가 아니라, 정보를 스스로 판단할 수 있는 시민이 많은 사회입니다. 시청자의 미디어 리터러시 강화는 단순한 교육 확대가 아니라, 사회적 신뢰를 회복하고 민주적 공론장을 지키는 핵심 공공 과제입니다. 빠르게 변화하는 미디어 환경 속에서 시민의 판단력은 곧 사회의 안전망이며, 그 기반을 다지는 일은 지금 우리가 가장 먼저 해결해야 할 중요한 과제입니다.

02

국내동향

권익보호

- 개인정보위, 소비자단체와 AI·마이데이터 정책 논의
- 방미통위, 동남아 지역 범죄 연관 게시물 집중 모니터링 및 삭제 차단 추진
- 보이스피싱 대응 강화...법정부 '통합대응단' 공식 출범
- 범부처 정보보호 대책 발표...해킹 정황 시 기업 신고 없어도 조사

방송참여와 권익증진

- 문화 관련 규제 '지원·육성' 중심으로 확 바꾼다
- 시청자미디어재단, 미디어 리터러시 강화
- 문체부, R&D 예산 역대 최대 1515억 원 투자... 문화산업 기술 혁신

권익보호

개인정보위, 소비자단체와 AI·마이데이터 정책 논의

개인정보보호위원회는 10월 24일 소비자단체와 함께 본인전송요구 확대(마이데이터) 정책과 AI 원본데이터 활용 특례 도입 논의를 위한 간담회를 진행했다. 이번 간담회에서는 시행령 개정 내용 설명과 함께 소비자 의견을 수렴했다. 첫 번째 논의 안건은 본인전송요구권 확대다. 현재 의료·통신 중심으로 운영되고 있는 범위를 전 분야로 확장하고, 자동화 도구(스크래핑 등) 이용 시 안전한 전송 절차를 마련하는 내용이 설명됐다. 이를 통해 이용자는 자신의 정보를 단순 열람뿐 아니라 원하는 서비스나 저장소로 직접 전송하는 등 개인정보 통제권을 강화할 수 있게 된다. 두 번째 안건은 「개인정보 보호법」 개정 추진 중인 'AI 원본활용 특례'다. 이는 의료·재난예방 등 공익 목적에서 AI 학습을 위해 원본데이터 활용을 허용하되, 안전장치와 관리 체계를 강화하는 방향으로 논의되고 있다. 개인정보위는 AI 이용이 일상화된 환경 변화에 맞춰 이용자 권리 보호 및 제도 정비 필요성을 강조하며, 이해관계자 의견을 향후 정책에 반영하겠다고 밝혔다.

❖ 더 알아보기 : 개인정보보호위원회 > 위원회소식 > 보도자료([Click](#))

방미통위, 동남아 지역 범죄 연관 게시물 집중 모니터링 및 삭제 차단 추진

방송미디어통신위원회는 캄보디아에서 발생한 한국인 대학생 불법 감금·사망 사건을 계기로, 동남아 지역 '취업 미끼' 불법 구인광고의 온라인 확산을 차단하기 위해 관계기관 합동 실무 TF를 긴급 구성하고 1차 회의를 개최했다. 회의에서는 방미통위, 경찰청, 방송미디어통신심의위원회가 참여해 범죄 유인 의심 게시물 집중 모니터링, 신속한 삭제·차단 체계, 기관별 역할 분담 등을 논의했다. 특히 '조건 없는 출국지원', '고액 알바', '여행금지 지역 취업' 등 정형화된 유인 패턴을 기준으로 집중 대응하기로 했다. 이어 포털·SNS 사업자가 참석한 '자율규제 활성화 협의체'에서는 플랫폼 내 불법 구인게시글의 검색 노출 제외, 즉시 삭제, 자체 모니터링 강화, 이용자 주의 안내 등 협력 방안이 논의됐다.

방미통위는 관계기관 및 주요 플랫폼과 협력해 범죄 목적의 유인 게시글을 끝까지 추적·차단하고, 추가 피해가 발생하지 않도록 대응을 강화할 계획이다.

❖ 더 알아보기 : 방송미디어통신위원회 > 알림마당 > 보도자료([Click](#))

보이스피싱 대응 강화...법정부 '통합대응단' 공식 출범

보이스피싱 피해 신고 즉시 차단·수사가 가능한 통합 대응체계가 구축됐다. 경찰청은 '전기통신금융사기 통합대응단'을 출범시키고 관계 부처 및 통신·금융 기관과 협업 체계를 운영한다고 발표했다.

통합대응단은 기존 신고·상담 중심 대응 방식의 한계를 보완하기 위해 마련됐으며, 금융위원회, 과학기술정보통신부, 방송미디어통신위원회, 금융감독원 등 관련 기관이 함께 상시 근무하는 구조로 운영된다.

이번 체계 구축으로 신고 접수 즉시 계좌 지급정지, 악성앱 삭제, 소액결제 차단 등 조치가 한 번에 이루어지며, 통신사와 금융기관과의 직통 회선 연결로 대응 속도도 빨라진다.

특히 최근 동남아 기반 범죄조직 연계형 보이스피싱 및 온라인 사기 증가에 대응하기 위해 국제 공조 및 플랫폼 기반 유입 차단도 강화할 예정이다.

개소식에서는 총 15개 기관이 참여한 '전기통신금융사기 근절 협업 강화 업무협약(MOU)'이 체결되었으며, 정부는 이번 체계를 보이스피싱 근절 대응의 전환점으로 활용하겠다는 계획을 밝혔다.

🔗 더 알아보기 : 대한민국정책브리핑> 뉴스 > 정책뉴스([Click](#))

범부처 정보보호 대책 발표...해킹 정황 시 기업 신고 없어도 조사

정부는 최근 확산되는 해킹 불안을 해소하기 위해 공공·금융·통신 등 1,600여 개 IT 시스템 보안 점검을 즉시 추진하고, 소비자 중심 사고 대응체계 구축, 정보보호 투자 확대, 보안산업·인력 육성, 사이버안보 협력 강화 등을 포함한 '정보보호 종합대책'을 발표했다.

기업 부주의로 인한 해킹 발생 시 이용자 입증 부담을 줄이고, 통신·금융 분야는 이용자 보호 매뉴얼을 의무적으로 갖추도록 했다. 해킹 정황이 확인되면 정부가 즉시 현장 조사에 착수할 수 있는 권한도 신설한다.

개인정보 유출 과징금을 피해자 지원에 활용하는 기금 조성이 검토되고, 보안 인증(ISMS·ISMS-P)은 현장 중심 심사로 전환해 서비스 안전성을 강화한다.

또한 금융·공공 분야의 보안 프로그램 강제 설치를 단계적으로 완화하고, 다중 인증·AI 기반 이상 탐지 등 대체 안전장치를 도입해 이용자 편의와 보안 수준을 함께 높일 계획이다.

🔗 더 알아보기 : 대한민국정책브리핑> 뉴스 > 정책뉴스([Click](#))

방송참여와 권익증진

문화 관련 규제 '지원·육성' 중심으로 확 바꾼다

정부는 신산업 성장을 촉진하고 글로벌 경쟁력을 확보하기 위해 규제 체계를 지원·육성 중심으로 전환하고, 핵심 규제를 선제적으로 개선하기로 했다. 제2차 핵심규제 합리화 전략회의에서는 특히 방송·미디어 분야와 관련해, K-컬처 산업 경쟁력 강화를 목표로 영화·방송·저작권 규제를 디지털 환경에 맞게 정비하고 제작·유통 생태계를 활성화하는 방안이 논의됐다.

1. 영화산업 지원 확대

극장 중심의 영화산업 침체가 지속되면서, 정부는 정책펀드·세제지원 확대를 추진한다. OTT 성장과 관객 감소로 제작 자금 확보가 어려운 상황에서, 모태펀드·콘텐츠 전략펀드 등 정책금융 지원을 확대한다.

또한 문화산업전문회사에 대한 세제 지원 확대를 검토해 제작사들이 안정적으로 투자와 제작을 이어갈 수 있는 기반을 마련한다.

2. 지상파 방송광고 규제 합리화

디지털·OTT 시대 경쟁환경에 맞춰, 지상파 방송광고 규제를 포지티브 방식 → 네거티브 방식으로 전환한다.

가상광고·간접광고·중간광고 등 기존의 엄격한 제한을 완화하고, 광고 일(日) 총량제를 도입해 방송사의 광고 운영 자율성을 높일 계획이다. 관련 개정은 방송법에 반영될 예정이다.

3. K-콘텐츠 불법유통 차단 강화

웹툰·드라마 등 K-콘텐츠 불법복제 사이트에 대한 대응을 강화한다. 해외 서버 기반 불법 사이트는 서면심의를 통한 24시간 내 차단을 도입하고, 문체부·방미통위 협업으로 명백한 불법물에 대해 긴급 차단 요청도 가능해진다. 추가로 해외 사이트 추적 기술 개발 및 국제 협력도 확대될 예정이다.

정부는 신산업 환경 변화에 맞춰 선제적·과감한 규제합리화 정책을 지속 추진하겠다고 밝혔다.

특히 대통령은 “행정편의주의를 지양하고 원칙적 허용·예외적 금지의 네거티브 방식으로의 전환”을 강조했으며, 규제 개선 과제를 전 부처가 계속 발굴하도록 주문했다.

❖ 더 알아보기 : 대한민국정책브리핑 > 브리핑룸 > 보도자료([Click](#))

시청자미디어재단, 미디어 리터러시 강화

시청자미디어재단은 급변하는 디지털 환경 속에서 이용자 보호와 시민 역량 강화를 목표로, 미디어 리터러시 정책·교육·캠페인 영역에서 다각적 활동을 전개하고 있다.

특히 AI·숏폼·플랫폼 기반 정보 소비가 일상화된 상황에서, 재단은 국제 협력, 전문 교육, 위험 대응, 시민 참여 프로그램을 아우르는 체계적 리터러시 정책 모델을 구축하고 있다.

1. 국제 미디어 교육 컨퍼런스 개최

시청자미디어재단은 제10회 미디어 교육 국제 컨퍼런스를 개최하며, AI 시대의 미디어 이용 환경 변화, 청소년·성인의 디지털 시민성 강화, 글로벌 미디어 교육 정책 동향 공유를 의제로 삼아 국제 전문가들과 협력 네트워크를 확장했다.

2. '캄보디아 사태, 미디어 리터러시가 답하다' 토론회

캄보디아·동남아 지역에서 발생한 한국 청년 대상 범죄(보이스피싱 강제동원 사건)를 계기로, 재단은 디지털 범죄 예방 관점의 미디어 리터러시 긴급 토론회를 개최했다. 토론회에서는 허위 채용 광고·SNS 사기 구조 분석, AI·SNS 알고리즘을 통한 범죄 확산 메커니즘, 플랫폼 책임 강화, 청년층 예방 교육 모델이 논의되며, 재단이 잠재적 위험에 대한 사전 예방 리터러시를 주도하고 있음을 보여줬다.

3. 팩트체크 세계대회 개최


시청자미디어재단은 YTN과 공동으로 「2025 팩트체크 세계대회」를 개최한다. 이 대회는 재단이 기존에 운영해온 '팩트체크 전국대회'를 글로벌 규모로 확대한 것으로, 허위정보·딥페이크가 확산되는 시대에 국내외 시민이 직접 미디어 속 정보의 사실 여부를 검증하는 참여형 정보 리터러시 플랫폼을 지향한다.

4. 2025 정보무결성 강화 국제 컨퍼런스 개최

방송미디어통신위원회와 시청자미디어재단은 서울 명동 포스트타워에서 제1회 정보무결성 강화 국제 컨퍼런스를 열고 AI 시대 허위조작정보 대응 전략을 논의했다. OECD, IFCN, 호주통신미디어청 등 국제기구와 전문가들이 참석해 정부·플랫폼·언론·시민사회가 참여하는 다중 이해관계자 협력 모델을 공유했다.

발표와 토론에서는 ▲OECD 정보무결성 권고안 ▲팩트체크 거버넌스 ▲플랫폼 투명성 및 자율규제 ▲시민 미디어리터러시 강화 등이 주요 의제로 다뤄졌다.

재단은 시청자 권익 보호, 디지털 환경 대응력을 높이기 위한 주도 기관으로서의 위상을 강화하고 있다.

 더 알아보기 : 시청자미디어재단 > 알림마당 > 보도자료([Click](#))

문체부, R&D 예산 역대 최대 1515억 원 투자... 문화산업 기술 혁신

문화체육관광부는 2026년 문화기술 연구개발(R&D) 예산을 1515억 원(전년 대비 +42.7%)으로 확정하며 역대 최대 규모 투자를 추진한다. 핵심은 'K-컬처 AI 산소공급 프로젝트'를 중심으로 콘텐츠 산업 전 과정에 인공지능 기술을 도입해 산업 전반의 AI 전환(AX)을 가속하는 것이다.

최근 생성형 AI 확산으로 영상·이미지 분야 변화가 가속하면서, 문화기술 기업의 자금 부족과 예산 축소로 정체돼있던 문화기술 R&D에 대한 확대 필요성이 지속 제기돼 왔다. 이번 증액은 '문화산업의 튼튼한 뿌리'를 만들겠다는 정책 기조에 따른 것이다.



문체부는 이번 투자가 K-컬처 전후방 산업의 파급력을 강화하고, '세계 소프트웨어 5대 문화강국' 실현을 뒷받침하는 기반이 될 것으로 전망하고 있다.

❖ 더 알아보기 : 문화체육관광부 > 알림·소식 > 보도·뉴스 > 보도자료([Click](#))

03

해외동향

시청자 권익 보호 제도 : 인도편

시청자 권익 보호 제도 : 인도편

I. 서론: 인도 사회의 구조적 특성과 시청자 권익

1. 인구 통계학적 특성과 디지털 전환의 가속화

인도는 2023년을 기점으로 인구 14억 명을 돌파하며 세계 최대 인구 국가로 부상했다. 특히 주목해야 할 점은 인구 구조의 '젊음'이다. 2024년 기준 중위 연령은 약 28세에 불과하여, 디지털 기기와 뉴미디어에 친숙한 젊은 층이 인구의 주축을 이루고 있다. 이러한 인구학적 특성은 인도 사회 전반의 급격한 디지털 전환(Digital Transformation)을 견인하고 있으며, 기존의 방송 시청 행태를 모바일과 OTT 중심의 개인화된 소비로 빠르게 변화시키고 있다.

2. 전통적 공동체 문화와 뉴미디어의 결합

인도 사회는 전통적으로 3세대 이상이 함께 거주하는 '확대가족(Extended family)' 중심의 공동체 문화가 강하게 작동해 왔다. 과거에는 가족 구성원 전체가 거실에 모여 TV를 시청하는 것이 주된 미디어 소비 방식이었으나, 최근에는 이러한 전통적 영향력이 약화되고 있다. 대신 친구 집단이나 소셜 미디어 상의 인플루언서 등 '비공식적 관계망'이 정보 유통과 콘텐츠 소비의 새로운 기준이 되고 있다. 이는 시청자 권익 보호의 대상이 단순히 가정 내 TV 시청자를 넘어, 파편화된 디지털 이용자로 확대되어야 함을 시사한다.

3. 자국 콘텐츠 중심주의와 경제적 민감성

인도 시청자는 타 국가에 비해 자국 콘텐츠에 대한 선호가 매우 뚜렷하다. 영화, 드라마, 음악 등 대중문화 전반에서 인도의 민족적 정체성과 전통을 중시하는 경향이 강해, 글로벌 콘텐츠조차 현지화 전략 없이는 성공하기 어려운 시장이다. 동시에 인도 소비자는 콘텐츠 가격에 대해 매우 높은 민감도를 보인다. 이는 무료 광고 기반 서비스(FAST)나 저가형 요금제에 대한 높은 수요로 이어지며, 유료 방송 시장 성장의 제약 요인이 되기도 한다.

4. 정부의 규제 강화 및 제도적 대응

최근 인도 정부는 급변하는 미디어 환경에 대응하여 강력한 개입 정책을 펼치고 있다.

- 신규 플랫폼 과세: 온라인 게임, OTT, SNS 등 신흥 플랫폼에 대한 규제를 본격화하였으며, 특히 사행성 우려가 있는 '리얼 머니 게임(Real Money Game)'에 대해서는 2023년 10월부터 28%라는 높은 부가가치세를 부과했다.
- 외화 유출 경계: 외국인 투자는 허용하되, 해외 플랫폼 결제를 통한 외화 유출에 대해서는 정치권 내 경계심이 뚜렷하다.
- 법적 안전망 구축: 소비자 정보 보호 및 디지털 프라이버시 관련 법안을 통과시키며 시청자의 권리 보장과 미디어 이용 안전에 대한 사회적 요구를 제도적으로 수용하고 있다.

II. 인도 방송 시장 현황 및 정책 노선

1. 방송 시장 규모 및 세부 현황

1) 시장의 정체와 새로운 성장 동력

인도 방송 시장은 최근 수년간 광고 시장의 위축으로 인해 전체적으로 정체되거나 소폭 감소하는 추세를 보였다. 브랜드들의 광고 단가 하락이 주된 원인이었으나, 2025년을 기점으로 반등이 예상된다.

- 스포츠 이벤트 효과: 크리켓 IPL(인도 프로리그), ICC 챔피언스 트로피, 아시아컵 등 대형 스포츠 이벤트가 2025년에 집중되어 있어 광고 시장 회복을 주도할 것으로 보인다.
- 커넥티드 TV(Connected TV)의 부상: 인터넷에 연결된 스마트 TV의 보급 확산이 새로운 광고 및 구독 모델의 성장 동력이 되고 있다.

2) 채널 및 플랫폼 구조의 양극화

인도의 텔레비전 채널 수는 약 900개(2023년 기준 899개)에 달하며, 이 중 무료 채널(546개)이 유료 채널(353개)보다 압도적으로 많다.

- DD Free Dish의 역할: 인도 공영방송사 '프라사르 바라티(Prasar Bharati)'가 운영하는 무료 위성방송 플랫폼 'DD Free Dish'는 농촌 및 도서 지역에 방송을 보급하는 핵심 인프라다. 비록 화질은 낮지만, 넷플릭스와 같은 글로벌 OTT와 공존하며 인도의 이중적 미디어 환경(도시-유료/농촌-무료)을 상징적으로 보여준다.

3) 시청 행태의 변화: 언어와 장르

- 언어별 양극화: 2023년 기준 힌디어 계열(+3%)과 남부 언어(타밀어, 텔루구어 등 +1%) 채널의 시청 시간은 증가한 반면, 영어 채널의 시청 시간은 급감했다. 이는 영어 구사가 가능한 고소득/도시 시청층이 TV를 떠나 디지털 플랫폼(OTT, 유튜브)으로 대거 이동했음을 시사한다.
- 장르별 편중: 일반 엔터테인먼트 채널(GEC)이 전체 시청 시간의 50%를 차지하며 압도적인 점유율을 보이고 있으며, 영화(26%), 뉴스(6%)가 그 뒤를 잇는다. 특이한 점은 뉴스 채널의 경우 시청 점유율은 낮으나 광고 수익 비중은 높아 효율성이 매우 높다는 것이다.

2. 방송 정책의 이중적 접근

인도 정부는 방송 산업에 대해 '공익성'과 '산업성'을 분리하여 접근하는 이중적 정책 노선을 취하고 있다.

- 공영방송(국영적 성격): '프라사르 바라티' 산하의 두르다르산(Dooradarshan)에 대해서는 세금 면제, 예산 지원 등 전폭적인 특혜를 제공한다. 이는 수익성에 구애받지 않고 전 국민에게 보편적 서비스를 제공하기 위함이다.
- 민영방송(자율성 보장): 케이블 및 위성 방송에 대해서는 미디어의 자유와 자율권을 최대한 보장한다. 1993년 외국 채널의 위성방송 금지에 반대하며 개방 정책을 천명한 것이 대표적이다.
- 규제 기관의 개입: 2004년부터는 통신 규제 기관이었던 '인도통신규제위원회(TRAI)'가 방송 정책에도 개입하기 시작하여, 케이블 TV의 디지털화 및 상호 접속 명령(Inter-connect Order) 등을 주도하며 방송-통신 융합 환경에 대응하고 있다.

III. 다층적 규제 체계 및 법적 근거

1. 주요 규제 기관 및 거버넌스

인도의 방송 규제는 정부 기관의 강력한 권한과 민간 기구의 자율성이 공존하는 다층적 거버넌스 구조를 띠고 있다.

1) 정부 규제 기관

- 정보방송부(MIB): 방송, 출판, 영화 등 미디어 전반을 관장하는 핵심 부처다. 방송 면허 발급, 법령 집행, 정책 가이드라인 수립을 담당하며, 최근에는 공영방송 인프라 업그레이드와 위성 TV 업링크 지침 등을 마련하고 있다.
- 인도통신규제위원회(TRAI): 독립 규제 기관으로, 유료방송 요금 설정, 서비스 품질 기준 마련, 사업자 간 공정 경쟁 감시 등 기술적이고 경제적인 규제를 전담한다. 분쟁 발생 시 '통신 분쟁 해결 및 항소 재판소(TDSAT)'를 통해 조정 역할을 수행한다.
- 영화등급분류중앙위원회(CBFC): '영화법(1952)'에 근거한 기관으로, 상영되는 모든 영화에 대해 사전 등급 분류 및 심의를 진행한다. 필요시 내용 편집을 요구할 수 있는 강력한 권한(사실상의 검열)을 가지고 있다.

2) 민간 자율 규제 기구

- 방송콘텐츠인증위원회(BCCC): 민간 방송사들이 주축이 되어 설립한 기구로, 뉴스 이외의 방송 콘텐츠에 대한 시청자 불만을 처리한다. 사과문 방송 명령, 벌금 부과 등 실질적인 조치를 통해 높은 자율 규제 준수를 기록하고 있다.
- 뉴스방송 및 디지털기준위원회(NBDSA): 뉴스와 시사 프로그램에 특화된 자율 규제 기구다. 편집권의 독립을 보장하면서도 윤리 강령 위반 시 시정 권고를 내리며 언론의 자유와 공적 책임 사이의 균형을 맞추고 있다.

2. 법령 체계의 현황과 변화

1) 현재 인도의 방송·통신 산업은 단일 통합법이 아닌, 다수의 개별 법령에 의해 규율되고 있다.

- Prasar Bharati Act (1990): 공영방송 운영 근거
- Cable Television Networks Act (1995): 케이블 및 위성 채널 규제
- Indian Telegraph Act (1885): 전신 및 통신 관리의 기본법

2) 방송과 통신의 융합에 대응하기 위해 인도는 지속적으로 법제 정비를 시도해 왔다. 2001년 '커뮤니케이션 통합법(Communication Convergence Bill)'을 통해 방송·통신·IT를 아우르는 '인도 커뮤니케이션위원회(CCI)' 설립을 추진했으나 부처 간 갈등으로 무산되었다. 2023년 정보방송부(MIB)는 'Broadcasting Services (Regulation) Bill' 초안을 공개했다. 이 법안은 기존 방송뿐만 아니라 OTT 플랫폼, 디지털 뉴스까지 포괄하는 통합 규제 체계 마련을 목표로 하며, 이용자 권리장전 도입과 플랫폼의 사회적 책임을 명문화하고 있다.

IV. 최근 미디어 분야 핵심 동향 및 쟁점

1. 폭발적으로 성장하는 OTT 시장과 시청자 권익

1) 시장의 급성장과 이용자 확대

인도 OTT 시장은 2018년부터 2023년까지 연평균 36%라는 경이적인 성장률을 기록했다. 스마트폰 보급 확대와 코로나19 팬데믹을 거치며 인도 국민의 30%가 월 1회 이상 온라인 비디오를 시청하게 되었다. 특히 대도시 시장이 포화 상태에 이르면서, OTT 사업자들은 소도시와 농촌 지역으로 서비스를 적극 확장하고 있다.

2) '로컬 리얼리즘' 콘텐츠의 부상

초기 도시 중산층 중심의 서사에서 벗어나, 최근에는 농촌 사회의 현실과 갈등을 다룬 콘텐츠가 인기를 끌고 있다. 넷플릭스의 「잡타라(Jamtara)」, 아마존 프라임의 「판차야트(Panchayat)」 등은 인도 시골의 적나라한 현실을 보여주며 지역 시청자들의 공감을 얻고 있다.

3) 자율 검열 제도의 도입과 쟁점

OTT 콘텐츠의 폭력성·선정성이 사회적 문제로 대두되자, 정부의 강제 규제 도입을 우려한 사업자들은 선제적인 대응에 나섰다. 2019년 넷플릭스, 디즈니+ 핫스타 등 주요 플랫폼은 '인도 인터넷모바일연합회(IAMAI)'의 규정에 서명하고 자율 검열을 시작했다. 인도 형법 위배, 종교적 감정 모독, 국가 상징 훼손 콘텐츠 등을 자체적으로 차단한다. 이러한 자율 검열은 인도의 보수적 가치관을 반영한 것이지만, 창작의 자유를 위축시키고 콘텐츠의 다양성을 해칠 수 있다는 비판도 제기된다.

2. 국가 주도의 사이버 보안 및 AI 정책

1) 사이버 범죄 예방 시스템

인도 정부는 디지털 위협에 대응하기 위해 '인도 사이버 범죄 조정 센터(I4C)'를 출범시켰다. 또한 '인도 컴퓨터 비상 대응팀(CERT-In)'을 통해 안드로이드 운영체제나 구글 크롬의 보안 취약점에 대해 사용자들에게 즉각적인 경고를 발령하는 등 적극적인 예방 활동을 펼치고 있다.

2) AI를 통한 경제 도약 전략

인도는 인공지능(AI)을 국가 경제 성장의 핵심 동력으로 삼고 있다. AI 도입이 2025년까지 GDP에 약 5,000억 달러를 추가 기여할 것으로 전망한다. '글로벌 파트너십 온 AI(GPAI)' 의장국을 수임하며 AI 거버넌스에 대한 국제적 논의를 주도하고, 자국 산업(농업, 헬스케어 등)에 AI 기술을 접목하는 데 총력을 기울이고 있다.

V. 결론 및 시사점 (대한민국을 위한 제언)

인도의 사례는 급변하는 미디어 환경 속에서 규제와 진흥, 공익과 산업의 균형을 어떻게 맞출 것인지에 대해 한국에 중요한 시사점을 제공한다.

1. 융합 미디어 환경에 최적화된 통합 규제 프레임워크

인도가 과거의 실패를 딛고 OTT와 방송을 아우르는 'Broadcasting Services Bill'을 추진하는 점은 매우 시사적이다. 한국 역시 방송법, 전기통신사업법 등으로 파편화된 규제 체계를 정비하여, 매체 간 경계를 넘어서는 통합 미디어 법제를 마련해야 한다. 이를 통해 규제 공백을 해소하고 플랫폼 간 공정 경쟁 환경을 조성할 수 있다.

2. 민간 자율 규제 기구의 실 질적 권한 강화

인도의 BCCC, NBDSA 사례는 정부의 직접적 개입 없이도 시장의 자율성을 활용해 공적 책임을 달성할 수 있음을 보여준다. 한국도 OTT 등 신규 미디어 영역에 대해서는 '자율 규제'를 원칙으로 하되, 그 기구에 실질적인 권한(심의, 시정 요구 등)을 부여하여 실효성을 높이는 방향으로 나아가야 한다.

3. AI 기술 활용과 윤리적 안전망의 동시 구축

인도가 AI를 경제 성장의 도구로 활용하면서도 사이버 범죄 대응 기구(I4C)를 통해 안전망을 구축하는 투트랙 전략은 우리에게도 필요하다. 딥페이크, 허위 조작 정보 등 AI 기술의 부작용에 대비한 법적 가이드라인을 마련함과 동시에, 미디어 리터러시 교육을 강화하여 이용자 스스로를 보호할 수 있는 역량을 키워야 한다.

4. 지역성(Locality) 강화를 통한 콘텐츠 다양성 확보

대도시 중심에서 벗어나 소도시와 농촌의 이야기를 담아내며 성공한 인도 OTT의 사례는, 수도권 중심의 한국 콘텐츠 시장에 새로운 방향성을 제시한다. 지역의 고유한 문화와 서사를 담은 '로컬 콘텐츠' 제작을 적극 지원함으로써 문화적 다양성을 확보하고, 이를 글로벌 경쟁력의 원천으로 삼아야 할 것이다.

본 보고서는 시청자미디어재단 시청자권익정보센터에서 발간하는
「시청자 권익보호 동향 리포트」입니다.
시청자 권익정보 플랫폼 ‘미디어인(Medi人)’ 홈페이지에 방문하시면
보다 많은 정보를 얻으실 수 있습니다.

<https://www.mediin.or.kr>