

시청자 권익보호 동향 리포트 VOL.09

시청자권익정보센터



01

정책이슈

01. 만약 AI가 당신의 꿈을 5분 만에 그려준다면?

- 최승일(미디어플레이그라운드 대표)

02. 청소년 SNS 이용자 권익 보호를 위한 제언

- 최종선(한양대학교 공공정책대학원 법무학과·
성균관대학교 글로벌리더학부 겸임교수)

만약 AI가 당신의 꿈을 5분 만에 그려준다면?



최승일
(미디어플레이그라운드 대표)

AI 시대, 창작은 어떻게 평준화되는가?

그리고 그 속에서 인간 창작자의 역할은 어떻게 재정의되는가?

영화 <그녀(Her)>의 첫 장면을 기억하시나요? 영화는 주인공 테오도르가 사랑에 빠졌거나 이별한 사람들을 대신해 감동적인 편지를 쓰는 장면으로 시작합니다. 간단한 에피소드 몇 줄과 사진 몇 장만으로 의뢰인을 위해 감성적인 편지를 대신 써주던 장면을 이제 우리는 현실 속에서 매일 마주하고 있습니다.

연애편지 한 번 써본 적이 없어도 AI에게 진심 어린 편지를 요청만 하면 한 번에 감동적인 문장을 완성해 주고, 아이가 그린 낙서를 사진으로 찍어 AI에게 건네기만 해도 전문 일러스트레이터가 그린 캐릭터처럼 변신합니다. 더 이상 창작은 전문 영역이 아닙니다. 생각만 있으면 누구나 원하는 결과물을 즉시 만들어낼 수 있는 시대가 되었습니다.

겉으로 보면 단순히 경이로운 기술의 발전처럼 보이지만, 지금 우리가 목격하고 있는 변화는 훨씬 더 근본적인 것입니다. AI는 단순히 창작의 속도를 빠르게 만든 것만이 아닙니다. 창작의 본질이 무엇인지, 창작자란 존재는 어떤 사람인지, 그리고 예술의 본질이 무엇인지까지 새롭게 바꿔놓고 있기 때문입니다.

1. AI는 도구인가, 아니면 창조의 파트너인가?

인류 역사상 대부분의 창작 방식은 아이디어 구상에서 시작해 숙련된 기술로 오랜 시간 동안 한 땀 한 땀 노동으로 빚어내는 구체화 과정이었습니다. 반면 AI 창작은 머릿속에만 있던 모호한 비전을 단 몇 줄의 프롬프트 입력만으로 수천 가지 결과물로 즉각 구현해 내는 어찌면 기적처럼 보이는 과정입니다. 스케치와 같은 물리적이고 시간 집약적인 중간 과정은 생략하고 바로 최종에 가까운 결과물들을 무한대로 뽑아낼 수 있기 때문입니다.

AI는 기존의 '아이디어 → 고뇌 → 긴 시간의 노동 → 결과물'이라는 작업 과정을 '아이디어 → 프롬프트 → 즉각적인 결과물'의 단계로 압축해 버립니다. 이런 AI에게 창작의 고통 따위가 없습니다.

AI 콘텐츠 제작 교육 시간에 한 대학생이 제작 소감을 나누는 자리에서 이렇게 말했습니다. 처음에는 AI를 도구라

고 생각했는데, 작업을 해볼수록 도구가 아니라 파트너로 느껴졌다고 말이죠. 누구도 포토샵 같은 리터칭 프로그램이나 프리미어 같은 영상 편집 프로그램을 파트너로 생각하지 않을 것입니다. 그런데 왜 AI를 파트너로 느꼈을까요? 단순 도구라고 부르기엔 창작이라는 고차원적인 일을 해주어서 오히려 사람에 가깝다고 느꼈던 것일까요? 아니면 대화를 통해 모든 작업을 명령하고 지시했기 때문일까요?

2. AI는 왜 창작을 평준화시키는가?

AI 창작이 시작되었던 초기에는 모두가 AI가 내놓는 결과물에 놀라움을 금치 못했습니다. 처음에는 수준 이하여서, 나중에는 기대 이상이었어서였습니다. 그러나 시간이 지날수록 왠지 모르게 결과물에서 기시감이 느껴지기 시작했습니다. 분명 수준 높은 결과물이지만, 왠지 비슷한 분위기가 느껴졌습니다. 내가 이전에 만든 것과도 비슷하고, 다른 사람이 만든 것과도 닮아있었습니다. 이미지, 글, 음악, 영상 등 어떤 장르든 이 경향을 피하기는 어려웠습니다.

이유는 간단합니다. AI는 데이터 안에서 가장 확률이 높은 조합을 찾는 방식으로 작동하기 때문입니다. 즉, 가장 많은 사람이 좋아했던 방식, 성공했던 패턴이 결과물에 반영되기 때문입니다. 그러니 그 결과물들이 서로를 닮아가는 것은 자연스러운 일입니다. 매끄럽고 무난하지만, 묘하게 어디선가 본 것 같은, 개성 없는 평균적인 결과물을 만드는 것, 이것이 AI의 한계입니다. 비슷해 보이는 성형미인이나 뻔한 관광지만 다니는 패키지여행 코스 같다고 할까요?

AI는 수많은 길이 있는 도시에서 가장 넓고 안전한 큰 길로만 길을 안내하는 것과 비슷합니다. 그 길은 대체로 빠르고 효율적이며 누구나 걷기 쉽지만, 여행의 즐거움은 우연히 들어간 오래된 꼬불꼬불한 길이나 막다른 골목, 낯선 골목 풍경 같은 곳에서 잉태됩니다. 창작의 개성도 비슷합니다. 평균에 수렴해야 하는 AI도 역시 태생적으로 관광객들이 찾지 않는 골목길로는 가기 어렵다는 한계가 있는 것이죠.

3. 기술이 평준화되면, 결과물은 자연스럽게 평준화된다

예전에는 뮤직비디오 하나 만들려면 촬영, 조명, 편집 기술, CGI 기술, 색보정 등 다양한 숙련된 기술 인력들이 필요했습니다. 지금은 스마트폰으로 사람을 촬영하고, AI 편집 앱에 넣으면 1분 만에 똑딱하고 세련된 영상이 만들어집니다. 영상 속 인물의 표정이나 목소리까지 바꿀 수도 있고, 아예 촬영 전체를 AI로 대신할 수도 있습니다.

앞서 설명했듯이 과거의 창작 과정은 이렇게 이루어졌습니다. '아이디어 → 고뇌 → 시행착오 → 긴 시간의 노동 → 기술 습득 → 시행착오 → 숙련 → 완성'. 여기서 기술은 진입장벽이었고, 동시에 작품의 개성을 만들어내는 중요한 요소였습니다. 하지만 '아이디어 → 프롬프트 → 즉각적 결과물'의 과정만을 거치는 AI가 만든 창작 과정의 변화는 두 가지 현상을 동시에 만들었습니다.

첫째는 창작 진입장벽의 붕괴입니다. 전문 장비나 훈련 없이도 잘 만든 작품처럼 보이는 결과에 손쉽게 도달하게 되었습니다. 둘째는 결과물의 상향 평준화입니다. 일정 수준 이상의 퀄리티가 기본값이 되는 세상을 만들었습니다.

재미있는 것은, 이처럼 AI가 제공하는 빠르고 화려한 결과가 오히려 창작의 본질적 다양성을 감소시킨다는 점입니다. 인간의 창작에는 수많은 시행착오 속에서 미세하게 경로가 빗나가고, 실패를 거듭하고, 우연을 겪으며 자연스럽게 형성되는 고유한 족적이 남기게 됩니다. 이렇듯 창작의 개성은 매끈하지 않은 과정에서 나옵니다.

그러나 AI는 이러한 과정을 생략합니다. 과정이 사라지면, 개성도 사라집니다. 과정이 사라진 창작은 큰 길처럼 개성을 잃고, 방향성이 없으며, 서로 닮아가기 마련입니다. AI 창작에서는 그림을 그리는 과정에서 생기는 선의 떨림이나 우연한 색 번짐, 미묘하게 틀어지는 구도나 작가만의 습관 이런 것들의 흔적이 사라집니다. 음악에서도 마찬가지로입니다. 호흡이 밀리거나, 박자가 살짝 어긋나는 그런 인간적 흔적은 사라집니다. 글에서도 비문이나 서툰 표현, 급발진하는 감정, 아름답지만 튀는 장면 이런 요소들이 사라집니다.

이런 개성 없는 비슷한 결과물들을 예술이라고 할 수 있을까요? 오늘날 생성 AI의 위협은 속도가 아니라, 모든 창작물을 비슷하게 닮아 보이게 만드는 AI의 속성 아닐까요?

4. 그럼에도 불구하고 인간 창작자의 역할이 더 중요해지는 이유

이처럼 AI의 엄청난 속도와 편리성은 우리에게 경이로움과 동시에 깊은 질문을 던집니다. 이렇게 쉽고 빠르게 유사하지만 잘 만들어진 창조물은 과연 온전한 예술일까요?

테오도르가 쓴 편지의 진짜 창작자는 누구일까요? 테오도르에게 사진과 에피소드를 제공한 의뢰인일까요, 아니면 그것을 아름다운 문장으로 엮어낸 테오도르일까요? 마찬가지로, AI가 만들어낸 경이로운 이미지와 음악의 창작자는 프롬프트를 입력하고 맥락을 제공한 인간일까요, 아니면 그 모든 것을 구현해낸 AI일까요? 이 창조물의 주인은 누구일까요? AI 창작자일까요? 아니면 AI 기업일까요? AI 기업에 학습 데이터를 제공한 오리지널 창작자일까요? 그리고 바로 이 질문이, 우리가 생성형 AI 시대의 창작 활동과 윤리를 함께 이야기해야 하는 출발점이 됩니다.

그럼 창작에 있어 우리 인간이 필요한 이유는 무엇일까요? 기술적 노동과 과정의 가치가 사라진 세상에 인간 창작자의 설자리는 없어진 것일까요? 전혀 그렇지 않습니다. 오히려 창작자의 역할은 기술적 영역을 벗어나 더욱 본질적이고 고차원적인 영역으로 이동합니다. AI가 아무리 뛰어나도 절대로 할 수 없는 세 가지가 있기 때문입니다.

첫째, AI는 스스로 창작을 시작하지 못합니다. AI에게는 목적, 감정, 동기 같은 것이 없기 때문입니다. AI는 무엇이든 만들 수 있지만, 왜 만들어야 하는지는 스스로 결정하지 못합니다. AI는 명령을 수행하는 도구일 뿐, 스스로 생각하지 못하기 때문입니다.

“왜 이 음악을 만들어야 하는가?”

“이 이미지에 어떤 감정을 담아야 하는가?”

“이 문장을 누구에게 보여주기 위한 것인가?”

이 질문에 답할 수 있는 존재는 생각할 수 있는 인간뿐입니다. 아무리 훌륭한 카메라도 카메라 스스로 무엇을 찍을지 결정하지 못합니다. 그렇기 때문에 AI에게 명령하는 것은 인간일 수밖에 없습니다.

따라서 뛰어난 AI 창작자는 더 이상 숙련된 기술자가 아니라, 뛰어난 소통 전문가가 되어야 합니다. 인간 창작자는 세상에 어떤 이야기와 메시지를 던질 것인지를 프롬프트로 명확하게 입력할 수 있어야 합니다. 이 영역은 인간만의 것입니다. AI는 결과 생성 도구이지만, 방향을 정하는 존재는 인간입니다. 예술은 기술이나 속도의 문제가 아니라 의도와 맥락의 문제이기 때문입니다.

둘째, AI는 학습된 데이터 안에서만 확률적으로 가장 만족스러운 결과물을 만들어냅니다. 대부분의 사람들은 그 결과물에 만족합니다.

그러나 예술과 창작의 역사를 보면 가장 강렬한 작품은 언제나 평균에서 벗어난 것이었습니다. 창조는 언제나 예측 불가능한 연결에서 나오고, 진정한 혁신은 전혀 다른 두 개념의 결합이나 기괴한 실험, 기성 문법을 완전히 부수는 파격에서 시작됩니다.

피카소가 입체파를 시작했을 때, 스트라빈스키의 <봄의 제전>이 초연되었을 때, 빌리 아일리시가 속삭이는 목소리로 팝 음악을 다시 썼을 때, 봉준호 감독이 장르를 뒤섞어 <기생충>을 만들었을 때, 이런 위대한 창작자들은 AI와는 정반대의 길 위에 서 있었습니다. 모두가 안전한 평균의 바다에 있을 때, 기존 데이터의 밖으로 나가 그 어떤 데이터에도 잡히지 않은 새로운 곳으로 향해했습니다. 왜냐하면 기존의 것들을 답습하는 것은 지루했기 때문입니다.

여기서 데이터 안의 안전한 길을 따라가는 AI 창작자의 길과 데이터 밖의 위험할 수 있지만 새로운 길과 만날 수 있는 가능성을 개척해나가는 통찰력 있는 몇몇 창작자의 길이 나뉘게 됩니다. 이 길이야말로 AI는 절대 대체할 수 없는 인간 창작자의 가장 고유한 영역일 것입니다.

AI의 시대, AI와 창작하더라도 AI가 만들어낸 수백 개의 초안을 모두 거부하고, 이 초안에는 없는 새로운 아이디어를 제시할 수 있는 능력, AI가 학습하지 못한 인간 본연의 깊은 감정, 불완전함, 그리고 철학적 질문을 던질 수 있는 능력이야말로 AI의 시대, 인간만이 채워 넣을 수 있는 능력이 아닐까요?

셋째, 인간만이 선택하고 책임지는 존재입니다. 앞서 말했듯이 AI는 수백 개의 초안을 순식간에 내놓습니다. 하지만 그중 무엇이 살아남을 가치가 있는지 판단하고 그중 하나를 골라 세상에 내놓는 것은 인간입니다.

특정 인물의 이미지를 활용할 때, 정치적 메시지가 담긴 포스터를 만들 때, 사회적 이슈를 다룬 영상 콘텐츠를 만들 때,

AI는 자신이 만든 결과물의 사회적 영향력을 이해하지 못합니다.

따라서 어떤 메시지를 담을지, 어떤 표현이 새로운 가능성을 열어줄 수 있는지, 어떤 윤리적 기준을 지킬지, 어떤 작품이 사회적 영향력을 가질 수 있는지 이 모든 최종 결정은 인간의 몫입니다.

그래서 그것을 판단한 인간은 그 판단에 책임을 져야 합니다. 그렇기 때문에 AI 시대의 창작자는 단순히 도구를 잘 쓰는 사람이 아니라 의도를 정의하고, 맥락을 결정하고, 책임을 지는 사람이 되어야 합니다.

5. AI 시대의 새로운 풍경과 윤리적 문제

그러나 창작이 쉬워졌다는 것은 조작도 쉬워졌다는 뜻입니다. 몇 년 전만 해도 딥페이크 영상들은 고도의 기술을 익힌 전문가들만 만들 수 있었기 때문에 기술 자체가 하나의 윤리적 장벽 역할을 했었습니다. 오류를 만들거나 악용할 수 있는 속도 자체가 느렸습니다.

하지만 AI는 창작의 진입장벽을 파괴했습니다. 누구나 프롬프트 몇 줄이면 창작물을 수초 만에 대량 생산할 수 있게 되었습니다. 생산 속도가 극대화된다는 건 악용될 수 있는 잠재적 위험의 노출 빈도와 규모가 기하급수적으로 증가한다는 뜻입니다. 이는 신진 창작자들에게는 긍정적인 역할을 했지만, 동시에 타인을 비방하는 허위 이미지, 특정인의 음성을 흉친 딥보이스, 조작 영상, 특정인을 모욕하는 딥페이크 영상 등의 쓰레기 콘텐츠들이 손쉽게 인터넷을 뒤덮을 수 있다는 우려도 낳았습니다.

AI는 아름다운 풍경화와 악의적인 허위 정보를 동일한 속도와 품질로 만들어냅니다. 기술에는 선도 악도 없습니다. 이제 중요한 것은 기술이 아닙니다. 그 기술을 어떻게 사용할 것인가라는 인간의 선택만이 남아있습니다.

이러한 변화는 우리에게 단순한 기술적 적응을 넘어선 질문을 던집니다. 이러한 환경 속에서 우리는 무엇을 준비해야 할까요? 창작자, 기업, 국가 입장에서 각각 살펴보겠습니다.

창작자가 가져야 할 윤리적 기준은 단순히 개인의 양심을 넘어 사회적 의무가 됩니다. 우선 창작물에 AI를 활용했는지 밝혀야 합니다. AI가 만들어낸 환각이나 허위 정보를 사실인 것처럼 유포하지 않도록 비판적 검증은 필수적으로 수행해야 합니다. 특히 뉴스, 교육, 의료 분야 콘텐츠, 딥페이크, 딥보이스 등 AI의 오용으로 인한 사생활 침해, 명예 훼손, 차별을 유발하는 콘텐츠 제작을 엄격히 금지해야 합니다.

이러한 윤리적 기준을 개인 창작자의 양심에만 맡겨두는 것은 위험합니다. 쓰레기 콘텐츠 생산의 경제적 유혹은 너무 크기 때문입니다. 사회적 합의에 의한 강제적인 장치가 필요합니다.

AI 기업은 AI 모델 학습에 사용된 데이터셋의 윤리적 투명성을 확보하고, 저작권 이슈가 없는 정제된 데이터 사용을 기본 원칙으로 해야 합니다. 또한, 딥페이크 등 악용 방지를 위한 기술적 안전장치를 모델 자체에 내장해야 할

책임이 있습니다.

국가에서는 AI 생성 콘텐츠에 대한 법적 정의를 명확히 하고, AI 악용에 대한 처벌 규정과 저작권 보상 시스템을 시급히 마련해야 합니다.

저작권 관련해서 지적 재산권자와 AI 기업의 입장이 첨예하고 맞서고 있습니다. 창작자의 평생의 데이터 학습을 통해 만들어진 AI 콘텐츠가 시장을 장악하는 것은 명백한 생존권 침해라는 기존 창작자들의 입장과 이는 기존 저작권법의 공정 이용 범위에 속한다는 AI 기업의 주장이 그것입니다. 이 딜레마를 해결하기 위해서는 AI가 창출하는 막대한 가치를 기존 창작자에게 합리적으로 보상하는 새로운 분배 시스템에 대한 논의도 이루어져야 할 것입니다.

6. AI 시대에 인간 창작자가 가야 할 길

갑자기 인류에게 찾아온 변화는 마치 하나의 악기만 연주하던 연주자가 갑자기 오케스트라의 지휘자가 된 것과 비슷합니다. 자기 파트의 전문성만 훈련해서 살아갈 수 있던 시절에서 비전을 가지고 전체를 조망하며 생성형 AI와 명확하게 소통하고 조율해나갈 수 있는 능력이 필수 능력이 된 시대가 되었습니다. 창작자는 이제 AI에게 무엇을 어떻게 할지를 지시하는 지휘자로서의 능력을 갖춰야 합니다.

AI는 우리의 상상력을 빠르게 구현해 주는 파트너가 되었지만 그 파트너는 '왜'라는 질문에 답하지 못합니다. 대화를 통해 소통하기 때문에 도구보다 사람에 더 가깝게 느껴지지만 AI는 인격도 생각도 없는 기계에 불과합니다. 스스로 생각하고 예술적 동기를 가지고 무언가를 만들고 싶어 하고, 창작물에 사회적 맥락을 부여하고, 그것을 예술로 정의 내리며, 사회에 배포하는 것은 오직 인간만이 할 수 있는 고유 영역입니다.

AI가 창작을 상향 평준화시킨 지금, 인간의 창의력은 단순히 속도나 기술 숙련도가 아닌 진정성과 독창성으로 승부해야 하는 궁극의 영역으로 이동하고 있습니다. 누구나 일정 수준 이상의 결과물을 만드는 시대에는 기술을 빠르게 익히는 사람보다, 자신의 무엇을 만들지 명확하게 정의할 수 있는 사람, 평균화된 결과물 속에서 평균 밖을 향해 도약하고, 그 밖에서 새로운 가능성을 발견할 수 있는 사람, 그리고 어떤 결과물을 발전시킬지 판단하고, 어떤 이야기를 세상에 퍼뜨릴지 결정하는 윤리적인 책임까지 맡은 사람이 창작의 최종 주도권을 가지게 될 것입니다.

AI는 우리의 꿈을 그려주었지만, 이제는 그 꿈의 주인이 누구인지, 그리고 그 꿈에 어떤 책임이 뒤따르는지를 진지하게 따져보아야 할 때입니다.

청소년 SNS 이용자 권익 보호를 위한 제언



최종선

(한양대학교 공공정책대학원 법무학과·성균관대학교 글로벌리더학부 겸임교수)

1. SNS의 개념

현재 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service ; 이하 “SNS”라고 한다)의 명확한 법적 정의규정은 없으며, 관련 의원입법안들은 SNS의 법적 정의를 각각 상이하게 규정하고 있다. SNS 법적 정의가 명확하지 않은 상황이지만 본 글에서는 SNS를 “인터넷 이용자가 계정을 생성하고, 이용자가 생성한 콘텐츠를 공유·시청할 수 있는 기능, 다른 이용자의 콘텐츠와 상호작용을 할 수 있는 기능 등을 제공하는 인터넷 서비스”라고 이해하기로 한다. 이에 따르면, SNS는 본인의 계정으로 다른 이용자와 친구·팔로워·구독 등의 방법으로 관계를 형성하고 (Networking), 글·사진·영상 등 콘텐츠를 공유(Sharing)하면서 댓글·좋아요 등의 상호작용으로 쌍방향 소통 (Interaction)이 이루어지는 특징을 지닌 인터넷 서비스로 볼 수 있다.

2. 청소년의 SNS 이용실태

퓨리서치센터(Pew Research Center)가 2024년 9~10월에 미국 청소년들(13세에서 17세)을 대상으로 설문 조사한 결과(Teens and Social Media Fact Sheet)에 따르면 청소년들이 주로 이용하는 SNS는 유튜브 90%, 틱톡 63%, 인스타그램 61% 순으로, 가계 소득이 낮을수록, 시골보다는 도시에 거주할수록 청소년들의 SNS 이용률이 높았다.¹⁾ 청소년들의 73%는 매일 유튜브에 접속하고, 청소년들 절반 이상은 거의 매일 유튜브와 틱톡에 접속하는데, SNS가 청소년들에게 수면, 성적, 정신건강 등에 부정적인 영향을 미친다고 응답한 비율은 청소년들의 48%로 2022년 32%에 비하여 다소 증가하였고, 교우관계, 자신감 등 긍정적인 영향을 미친다고 응답한 비율은 11%로 2022년 24%에 비하여 다소 감소하였다. 또한 SNS가 청소년의 정신건강에 부정적이라고 생각하는 부모들(44%)은 청소년들(22%)에 비하여 높은 수치를 보였으며, 이 수치는 사이버 괴롭힘의 부정적 영향보다 높았다. 우리나라의 경우 만 6세 이상 인터넷 이용자의 65.2%는 ‘친교·교제를 위하여, 타인이 게시한 콘텐츠를 살펴보기 위해서, 취미 등 개인적 관심사 정보나 지식 등 공유 등’의 목적으로 SNS를 이용하였고, 생성형 AI 서비스의

1) Pew Research Center, Teens and Social Media Fact Sheet,
<https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/teens-and-social-media-fact-sheet/> (2025년 10월 17일 방문)

주 이용 연령층은 20대(58.9%), 12세에서 19세(41.3%) 등의 순으로 나타났다.²⁾ 요컨대, 가계 소득이 낮고, 도시에 거주하는 청소년들의 SNS 이용률이 높게 나타나는 현상을 비추어 볼 때 부모 등의 돌봄을 충분히 받지 못하고, 바쁜 일상 속에서 자유로운 신체 활동을 누릴 시간적·공간적 여유가 부족한 청소년들이 SNS라는 매체에 대한 의존도가 높은 것으로 나타났다.³⁾ 또한 청소년들이 SNS를 이용하는 목적이 “친구들과 교제를 위하여, 취미 등 개인적 관심사 등을 공유하기 위하여” 등인 것으로 비추어 볼 때 대면(對面)을 통한 사회 활동보다 온라인을 통한 비대면 사회 활동이 주(主)가 된 것으로 이해할 수 있다.

3. 국내외 청소년 SNS 규제 동향

가. 우리나라

우리나라의 경우, SNS 제공자에게 이용자 연령확인 의무, 16세 미만의 이용자에게 정보를 추천하는 알고리즘 허용 여부 등에 대한 친권자 등의 확인의무 부과 등을 내용으로 하는 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하 “정보통신망법”이라고 한다) 일부개정법률안이 다음과 같이 발의된 바 있다.

< 표1. 정보통신망법 일부개정법률안의 주요 내용 >

<ul style="list-style-type: none"> • 이용자 회원가입 시 연령확인 및 14세 미만 이용자에 대한 회원신청 승낙 거부조치 의무 부과 (윤건영의원 대표발의, 2201798) ※ 사회관계망서비스 : 정보통신망을 통하여 다른 사람과 의사소통을 하거나 정보를 공유하는 서비스로서 대통령령으로 정하는 정보통신서비스 • 중독성 콘텐츠를 제공하는 SNS 제공자에게 청소년 가입여부 확인 및 법정대리인 동의 여부 확인의무 부과 등 (김장겸의원 대표발의, 2201816) ※ 사회관계망서비스 : 정보통신망을 통하여 정보를 공유하는 서비스로서 대통령령으로 정하는 정보통신서비스 • SNS 제공자에게 그 이용자가 16세 미만인 경우, 자동화된 방식으로 이용자에게 정보를 추천하는 알고리즘 허용 여부에 대한 친권자 등의 확인의무 및 이용자의 연령확인 의무 부과 등 (조정훈의원 대표발의, 2202761) ※ 사회관계망서비스 : 정보통신망을 통하여 2인 이상의 이용자가 소통등의 목적으로 부호·문자·음성·화상 또는 영상 등을 교환할 수 있는 서비스

2) 과학기술정보통신부, 2024년 인터넷이용실태조사, 2025, 19면, 23면

3) 소득이 낮은 가정일수록 ‘학원·스포츠·여행·취미활동’ 등의 기회가 제한되어, 저렴한 비용으로 즐길 수 있는 SNS, 게임 등을 많이 이용하게 되며, 친구들과의 교류 기회가 상대적으로 적어지게 된다. 또한, 부모가 장시간 근로를 하거나 디지털 환경에 익숙하지 않는 경우 자녀 돌봄에 어려움이 있을 수 있고, 그 결과 청소년들은 SNS 등에 과의존하게 될 수 있다. ; You YY, Yang-Huang J, Raat H, van Grieken A. Factors of heavy social media use among 13-year-old adolescents on weekdays and weekends. World Journal of Pediatrics (2023), 19(4). p378

또한 휴대폰 사용이 학생의 학습과 정서 안정에 부정적인 영향을 미치는 문제점을 예방하기 위하여, 2025년 9월 16일 개정되었고, 2026년 3월 1일부터 시행될 예정인 초·중등교육법은 학생들의 수업 중 휴대전화 등 사용을 금지하고 “장애가 있거나 특수교육이 필요한 학생 등이 보조기기로 사용하는 경우, 교육의 목적으로 사용하는 경우, 긴급한 상황 대응 등을 위하여 사용하는 경우”로 학교의 장과 교원이 허용하는 경우에만 그 예외를 인정(제20조의5)한다.

나. 해외 주요 국가의 SNS 규제⁴⁾

미국의 경우에는 각 주별로 소셜미디어를 “계정을 만들고 프로필을 생성하여 다른 이용자와 사회적으로 상호작용하는 것을 주목적으로 하면서, 게시물 또는 콘텐츠를 업로드 및 생성하고 다른 이용자의 콘텐츠를 볼 수 있고, 친구 요청 및 수락 등 상호 연결이 가능한 서비스” 등으로 정의하면서, “소셜미디어 서비스 제공자로 하여금 이용자의 연령확인 의무, 부모 동의 여부 확인 의무 부여”(미국 아칸소 주), “이용자 연령확인 및 부모 동의 확인 의무 부여, 취약시간 계정 접근 금지 및 접근 시간·일일 이용시간 설정 등 기능 제공 의무 부여”(미국 유타 주), “14세 미만 이용자 계정소유 금지, 14세 또는 15세 이용자의 경우 부모 동의 후 계정 생성 의무 부여”(미국 플로리다 주), “18세 미만 이용자의 경우, 부모 동의를 받은 경우에만 알고리즘 기반 추천 피드 제공 가능, 오후 12시~오전 6시 사이에 푸시 알림 금지”(뉴욕 주), “18세 미만 미성년자에게 유해한 정보가 정보가 전체 콘텐츠의 33.3% 이상 상업적 웹사이트의 합리적인 연령 확인 의무 부여”(몬태나 주) 등을 통하여 소셜미디어를 이용하는 청소년을 보호하고 있다.

영국의 경우, 온라인 안전법(Online Safety Act)을 제정하여 “플랫폼 사업자에게 어린이가 유해하고 부적절한 콘텐츠에 접근하는 것을 방지하고, 이러한 문제가 발생한 경우 부모와 어린이 등이 온라인으로 신고할 수 있는 방법을 제공할 의무” 등을 부과하고 있으며, 호주의 경우, 소셜 미디어 서비스를 “주된 목적이 온라인 사회적 상호작용으로 이용자들이 서로 연결하거나 상호작용할 수 있는 기능, 이용자들이 콘텐츠를 게시할 수 기능” 등을 충족하는 전자 서비스라고 정의한다(Online Safety Act 13). 청소년 SNS 이용자의 정신건강 및 복지 등을 보호하기 위해서 2024년 11월 28일 온라인 안전법을 개정하여 “소셜미디어 서비스 제공자에게 부모의 동의가 있더라도 16세 미만의 이용자가 소셜미디어 계정을 만들거나 유지할 수 없도록 연령확인 시스템 등을 도입 의무를 부과하고, 이를 위반하면 최대 약 474억의 벌금(호주 \$50 million) 납부 의무”등을 플랫폼 사업자에게 부과하는 내용의 개정법률을 2025년 12월 10일부터 시행할 예정⁵⁾이다. 요컨대, 해외 주요국가의 SNS 규제 법률은 “SNS 법적 정의를 명확하게 규정하고, SNS가 미성년자에게 미치는 문제점에 관한 충분한 연구와 사례를 바탕으로 청소년 SNS 규제 법률에 대한 국민의 충분한 공감대를 형성한 것은 주목할 만하지만, 청소년의 SNS 사용을 제한하는 책임을 SNS 기업에만 부담하게 하는 문제점이 있다.”⁶⁾

4) 최종선, 청소년 SNS 규제방안에 대한 제언, 미국헌법연구 제36권 제2호, 2025, 52~65면 요약 정리

5) <https://www.esafety.gov.au/young-people/social-media-age-restrictions> (2025년 11월 4일 방문)

6) 최종선, SNS 금지법 SNS 규제만으론 한계… 청소년 성장 환경 점검이 우선돼야, 나라경제, 2025, 41쪽

다. 주요 SNS 서비스 이용약관

청소년들이 주로 이용하고 있는 유튜브·인스타그램·메타 이용약관과 틱톡 커뮤니티 가이드라인의 연령제한 및 안전장치 규정에 따르면, 만 14세 미만(가)의 청소년들에게 서비스 계정 권한을 부여하지 않으며, 핀터레스트, 스냅챗 서비스 약관에 따르면 만 13세 미만의 청소년들은 해당 서비스를 이용하거나 접근할 수 없다. 다만, 유튜브(거주 국가 법률상 미성년자), 핀터레스트(만 13세 이상 18세 미만), 엑스(13세 미만), 카카오톡(만 14세 미만) 이용자의 경우에는 부모 또는 법적 보호자의 동의를 받고 계정을 생성하고 해당 서비스를 이용할 수 있다.

4. 청소년 SNS 이용규제 법안의 법률적 쟁점

청소년의 SNS 이용을 규제하는 내용의 법률은 청소년의 인터넷상 표현의 자유와 SNS 사업자의 직업의 자유 등 헌법상 기본권을 제한할 수 있다. 따라서 규제 법률을 제정하기 위해서는 SNS의 이용이 청소년에게 해로운 영향을 미치고 있다는 과학적 소명 등 인과관계의 입증과 청소년 SNS 이용 제한으로 인한 공익과 청소년 이용자가 침해받는 표현의 자유 및 SNS 사업자의 직업의 자유라는 사익을 비교·형량하여, 공익의 보호 필요성이 더 크다는 점이 인정되어야 한다. 제22대 국회에서 청소년 SNS 이용을 규제하는 내용으로 발의된 정보통신망 일부개정법률안은 “SNS 정의 규정과 함께 SNS 사업자에게 서비스 이용을 희망하는 이용자의 연령확인 의무, 회원가입을 신청한 이용자가 14세 미만인 경우 회원가입 신청의 승낙 거부 의무 등을 부과(윤건영의원 대표발의, 2024.07.16.), 중독성 콘텐츠를 제공하는 SNS 사업자에게 청소년 이용자 가입여부를 확인 및 법정대리인 동의 여부 확인의무 등을 부과(김장겸의원 대표발의, 2024.07.17.), 16세 미만의 청소년 이용자의 SNS 일일 이용 한도를 설정 및 중독을 유도하는 알고리즘 허용 여부에 대하여 친권자등의 확인을 받을 의무, 이용자 연령확인 의무 등을 부과(조정훈의원 대표발의, 2024.08.13.)”하고 있다. 그러나 SNS의 법적 정의규정이 통일되지 않아 규제 대상인 SNS 서비스 범위를 확정하기 어렵고, 피규제자인 청소년 이용자의 연령을 각각 상이하게 규정(14세 미만, 미성년자, 16세 미만)하고 있어 청소년 권리 보호에 대한 형평성 문제 및 피규제자의 예측가능성을 확보하기 어려운 문제점이 있다.

5. 청소년 SNS 이용자 권익 보호를 위한 제언

청소년 SNS 이용자들의 권익을 충분히 보호하기 위해서는 SNS 이용 연령을 제한하거나 SNS 사업자의 책임을 강조하는 등의 규제 입법보다, 청소년들이 부모 등 법정보호자의 충분한 보살핌을 받고, 활발한 신체 활동을 할 수 있도록 청소년 양육환경을 조성하는 것이 중요하다. 이와 함께 SNS가 청소년 이용자의 활동에 대한 정보 및 개인정보 등을 수집·분석하는 방법(Web tracking, Profiling, Crawling, Data Mining) 등으로 이용자 선호도를

7) 미국의 경우에는 “콘텐츠에 댓글 남기기, 메시지 보내기, 동영상 공유, 온라인 프로필 유지 등 사용자가 다른 사용자와 직접 소통하는 상호작용 기능의 제한” 등의 서비스에 대해서는 만 13세 미만의 이용자에게 대해서 특별한 보호를 취하고 있다. ; Youth Safety and Well-Being, <https://www.tiktok.com/community-guidelines/en/youth-safety> (2025년 10월 23일 방문)

추론하여 관심을 가질 수 있는 콘텐츠를 반복적으로 제공하면서, 이용상의 편의를 주기도 하지만 청소년에게 자살·자해·성적 허위영상 등 불법·유해한 정보(illegal·harmful information)를 제공하면서 청소년의 생명·정신건강 등에 미치는 부정적 영향으로 인한 피해예방에 집중해야 한다.

이를 위해서 SNS 사업자가 “정보주체의 동의 또는 다른 법률에 근거하여 특정 목적(specified purposes)을 위하여 공정하게 처리되어야 하고 자신과 관련된 정보를 수집한 정보에 접근할 권리 및 해당 정보의 정정을 요청할 권리를 가진다”는 유럽연합 기본권 헌장 규정(Charter of Fundamental Rights of The European Union Article 8.), “정보주체의 동의, 법률에 특별한 규정이 있거나 법령상 의무를 준수하기 위하여 불가피한 경우 등 일정한 요건을 충족하는 경우에만 개인정보를 수집할 수 있고, 그 수집 목적의 범위에서만 이용할 수 있다”는 개인정보 보호법 규정(제15조) 등 국내외 법률을 잘 준수하고 있는지에 대한 관리·감독을 강화하여 청소년 이용자의 개인정보 악용 등으로 인한 피해를 예방하여야 한다.

- **유럽연합 기본권 헌장 규정(Charter of Fundamental Rights of The European Union Article 8.)**
“정보주체의 동의 또는 다른 법률에 근거하여 특정 목적(specified purposes)을 위하여 공정하게 처리되어야 하고 자신과 관련된 정보를 수집한 정보에 접근할 권리 및 해당 정보의 정정을 요청할 권리를 가진다”
- **개인정보 보호법 규정(제15조)**
“정보주체의 동의, 법률에 특별한 규정이 있거나 법령상 의무를 준수하기 위하여 불가피한 경우 등 일정한 요건을 충족하는 경우에만 개인정보를 수집할 수 있고, 그 수집 목적의 범위에서만 이용할 수 있다”

또한, SNS가 이용자들의 취향·특정 콘텐츠에 머무는 시간·검색 이력 등을 고려하여 유사한 콘텐츠를 지속적·반복적으로 추천하고 제공하는 인공지능·알고리즘 등 새로운 기술을 활용하여 청소년 이용자에게 왜곡된 정보·편향적인 정보·부정적 영향을 미치는 불법·유해 정보 등을 제공하지 않도록 제공되는 정보의 “정확성, 안전성, 설명 가능성, 투명성, 책임성, 균형성”등을 요소로 하는 신기술의 신뢰성 확보방안을 마련하여야 한다.

이와 관련하여 “사람의 생명, 신체의 안전 및 기본권에 중대한 영향을 미치거나 위험을 초래할 우려가 있는 인공지능시스템으로서 ‘사람의 생명·신체의 안전 및 기본권 보호에 중대한 영향을 미치는 영역으로 대통령령으로 정하는 영역’등에서 활용되는 것”을 고영향 인공지능으로 정의⁸⁾하면서, 인공지능사업자에게 “투명성 확보 의무, 안전성 확보 의무, 고영향 인공지능 여부에 대한 사전검토 의무, 안전성·신뢰성을 확보를 위한 책무 부여 및 영향 평가 실시 권고”⁹⁾ 등의 규정과 국내에 주소 또는 영업소가 없는 인공지능사업자로서 일정 요건에 해당하는 경우 “국내대리인 지정 및 신고의무”¹⁰⁾등을 부과하고 있는 인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법(이하 “인공지능기본법”이라고 한다.)이 2026년 1월 26일 시행될 예정이므로, SNS가 고영향 인공지능 해당 여부 및 청소년 생명·신체의 안전 및 기본권에 중대한 영향을 미치는지에 대한 판단 등을 위한 구체적 기준을 마련할 필요가

8) 인공지능기본법 제2조4호

9) 인공지능기본법 제31~35조

10) 인공지능기본법 제36조

있다.¹¹⁾

이를 위해서는 “온라인 플랫폼 제공자에게 높은 수준으로 미성년자의 프라이버시 보호를 위한 적절하고 비례적인 조치의무 및 미성년자의 개인정보를 이용한 프로파일링(특정 개인적 요소를 평가하기 위하여 정보주체의 업무성과·경제적 상황·건강·개인 취향 및 관심사·행동·위치·이동 등을 분석하거나 예측하기 위해 개인정보를 이용하는 모든 형태의 자동화된 개인정보 처리를 의미 ; General Data Protection Regulation Article 4 Definitions (4))에 기반한 광고를 자신의 인터페이스(웹사이트, 어플리케이션 등과 같은 모든 형태의 소프트웨어)에 표시금지 등을 규정(Article 28 Online protection of minors)하고 있는 **유럽연합의 디지털 서비스법(Digital Service Act ; DSA)**과 이용자 의식 밖의 잠재적(subconscious) 기법·의도적(manipulative) 조작·기만적(deceptive) 기법을 이용하는 인공지능 시스템을 제공하거나 이용하는 행위로서 그 효과가 이용자의 의사결정 능력을 상당히 저해하여 왜곡된 결정을 내리게 하고, 그 결과 중대한 피해를 야기하거나 야기할 상당한 가능성이 있는 인공지능 사용 금지 등을 규정(Article 5 Prohibited AI practices)하고 있는 **유럽연합 인공지능법(The EU Artificial Intelligence Act ; AI Act)** 등을 참고할 수 있겠다.

요컨대, SNS가 청소년에게 부정적 영향을 미치는지에 대한 충분한 조사를 바탕으로 그 상관관계가 입증되고 규제 필요성에 대한 국민적 공감대가 형성되는 경우 새로운 규제 법률 마련을 검토해야 할 것이다. 그 전의 상황이라면 SNS의 법적 정의 및 규제대상의 범위, 보호가 필요한 청소년 이용연령 등을 명확하게 규정한 후 정보통신망법·개인정보 보호법·인공지능기본법 등 현행 법률을 적극적으로 활용하여 규제 실효성을 확보하는 방법으로 청소년 SNS 이용자를 보호하는 것이 바람직할 것이다.

11) 2025년 11월 12일 입법예고 된 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법 시행령」 제정안 입법예고(과학기술정보통신부공고 제2025-0970호)에 따르면, “고영향 인공지능 해당 여부를 판단하는 경우 사람의 생명, 신체의 안전 및 기본권에 초래할 수 있는 위험의 영향, 중대성, 빈도 등을 고려하도록 하고(제24조), 법 제36조에 따라 고영향 인공지능 영향평가를 하는 경우 해당 고영향 인공지능의 사용 형태, 영향을 받을 수 있는 기본권 유형의 식별 등을 포함하여 수행(제27조)”하도록 규정하고 있으나, 고영향 인공지능에 해당하는 서비스 여부를 판단할 수 있는 구체적인 기준이 제시되지 않아, 고영향 인공지능 사업자가 고영향 인공지능의 안전성·신뢰성을 확보하기 위한 조치의무 이행에 어려움이 있다고 판단된다.

02

국내동향

권익보호

- "생성형 AI 위험 제보하세요"... 방미통위, 이용자 참여 플랫폼 개설
- 연내 '자살대책추진본부' 설치..."자살유도 콘텐츠 확산 차단"
- 성평등부 "AI 서비스 안전하게 이용토록 청소년 보호방안 마련"
- "AI로 생성된 결과물" 고지해야... AI기본법 시행령 입법예고

방송참여와 권익증진

- 고양시, 청소년 디지털 문화 교육 2026년부터 추진
- 시청자미디어재단, 「AI 활용 미디어 제작 지원 가이드」 발표
- 인공지능 활용 결과물 저작권 등록과 저작권 분쟁 예방 안내서 2종 영문본 발간
- KBS, 차세대 송출 패러다임 연대 AI 기반 방송 혁신 가속 기대

권익보호

"생성형 AI 위험 제보하세요"... 방미통위, 이용자 참여 플랫폼 개설

방송미디어통신위원회와 한국정보통신진흥협회는 '생성형 인공지능 이용자 참여 플랫폼(ai.wiseuser.go.kr)'을 개설·운영한다고 발표했다. 해당 플랫폼은 방송통신이용자정보포털(wiseuser.go.kr)에서도 연계해 접속할 수 있다. 플랫폼은 생성형 AI 서비스 이용 과정에서 발생하는 위험성과 불편 사항을 이용자가 직접 제보하고, 이를 사업자 및 이용자와 공유하는 체계를 마련하는 것을 목표로 한다. 최근 챗지피티(ChatGPT), 클로드(Claude), 제타(Zeta) 등 생성형 AI 서비스의 이용이 확대되면서, 폭력·성범죄·성희롱 등의 위험 사례가 증가하고 있다는 점이 개설 배경으로 제시됐다. 플랫폼은 다음과 같은 기능으로 구성된다.

- 생성형 AI 이용 중 발생한 위험성·역기능 제보 접수
- 누적 제보에 기반한 위험성 통계 및 분석자료 제공
- 텍스트·이미지·음성 등 유형별 생성형 AI 서비스 특성 및 이용 유의사항 안내

이용자가 제출한 제보는 해당 AI 서비스 사업자에게 전달되어 자율적 서비스 개선을 유도하는 방식으로 처리된다. 제보자는 처리 경과와 결과를 직접 확인할 수 있으며, 제보 데이터는 AI 위험성 관련 통계·경향 분석 자료로 활용된다.

❶ 더 알아보기 : 생성형AI 이용자참여플랫폼 > 생성형AI위험성제보([Click](#))

연내 '자살대책추진본부' 설치..."자살유도 콘텐츠 확산 차단"

정부는 온라인·뉴미디어를 통한 자살유발정보 확산에 대응하기 위해 국무총리 산하 '자살대책추진본부' 설치를 추진하고, 방송·OTT·플랫폼을 대상으로 한 자살장면 가이드라인 확산과 유해정보 차단을 강화하기로 했다.

방송·OTT 콘텐츠에는 • 구체적 방법 묘사 금지 • 문제 해결 수단으로의 제시 금지 • 동반자살·살해 후 자살 장면 지양 • 청소년 자살 장면 특별 주의 등 4대 원칙이 적용되며, 가이드라인과 보도준칙도 개정해 미디어의 책임성을 높일 계획이다. 방송미디어통신위원회는 자살유발정보의 서면심의 포함 및 플랫폼에 대한 직접 시정요청 권한을 마련해 긴급한 삭제·차단이 가능하도록 절차를 간소화한다. 경찰청은 누리캡스를 활용해 온라인 자살유해정보를 모니터링하고 방미통위에 삭제·차단을 요청한다. 또한 SNS 위기글 탐지(성평등가족부), 이용자 보호 매뉴얼 적용(복지부·문체부), 학교 위기학생 조기 발견(교육부) 등 부처별 대응도 확대되며, 정부는 뉴미디어 기반 자살 유발 콘텐츠에 대한 규제·제도 개선을 신속히 추진할 방침이다.

❶ 더 알아보기 : 과학기술정보통신부> 새소식 > 보도자료([Click](#))

성평등부 "AI 서비스 안전하게 이용토록 청소년 보호방안 마련"

정부는 「제5차 청소년보호종합대책(2025~2027)」에서 AI·SNS·숏폼 중심으로 변화한 디지털 환경에서의 청소년 보호체계를 강화한다고 밝혔다. 이번 대책은 개인정보 침해, 유해 콘텐츠 노출, 합성기술(딥페이크) 범죄 등 신종 위험요인에 대한 대응을 중점으로 한다.

주요 내용은 다음과 같다.

1 디지털 매체의 건강한 이용환경 조성  <ul style="list-style-type: none">• 생성형 인공지능(AI) 서비스 이용자 보호 - 생성형 AI 이용자보호 가이드라인 제작·확산• 숏폼, 사회관계망서비스(SNS) 등 미디어 과의존 예방 - 이용자 연령 확인, 사업자 책무 강화 등 미디어 플랫폼 관리 방안 마련• 미디어 교육 등 청소년 디지털 대응 역량 강화	2 청소년 생활 주변 불법·유해환경 차단  <ul style="list-style-type: none">• 무인업소 등을 통한 유해물건 유통 차단 - 무인판매업소에서 유해물건 판매 시 청소년 대상 유통 차단 강화 방안 검토• 청소년 도박 피해 예방 - 청소년 금융계좌의 온라인 도박 예방조치 마련 검토 - 청소년 대상 도박 공급 사범에 대한 처벌 강화• 마약류 등 유해약물 관리 강화 - 청소년에 대한 의료용 마약류 처방 제한 기준 마련
3 위기 청소년 지원 및 폭력 피해 대응 강화  <ul style="list-style-type: none">• 청소년 안전망 연계를 통한 위기 청소년 사례관리 연계 및 지원 강화• 딥페이크 성범죄물 신속 삭제 및 처벌 강화 - 피해자 요청 시 영상물 등 우선 차단 후 심의 요청 - 청소년 대상 디지털 성범죄 가해자 처벌 강화• 가해(범죄) 청소년 재발방지 - 경찰 단계에서 선도 교육 프로그램 마련 및 지원	4 청소년이 안전하게 일할 수 있는 근로환경 마련  <ul style="list-style-type: none">• 법·제도 정비 및 법 위반 사업장 감독 강화 - 대중문화예술기획업자의 청소년보호책임자 지정 및 운영 - 임금체불 발생 사업장 대상 근로감독 강화• 다양한 교육 콘텐츠 개발 등 청소년 맞춤형 근로권의 교육 확대• 청소년 고용사업자 대상 근로권의 캠페인 - 사업자, 시민단체와 함께 제도 안내 및 홍보
5 청소년 보호정책 추진 기반 강화 <ul style="list-style-type: none">• 청소년보호위원회 기능 내실화 - 청소년유해매체물 심의기관 간 협력을 통한 청소년 보호정책 조정 등• 주요 업계의 청소년 보호제도 이행 유도 - 담배·주류판매업, 음식점 등과 업무협약	

❖ 더 알아보기 : 성평등가족부 > 알림·소식 > 홍보자료 > 정책뉴스([Click](#))

"AI로 생성된 결과물" 고지해야... AI기본법 시행령 입법예고

과학기술정보통신부가 '인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법'(AI기본법) 시행에 맞춰 AI기본법 시행령 제정안을 마련하고 내달 22일까지 입법예고에 들어갔다. AI기본법은 AI 산업 진흥과 안전·신뢰 확보를 목표로 지난해 여·야 합의로 통과되어 내년 1월부터 시행된다.

이번 시행령 제정안은 기술 발전과 국제 규범 동향을 고려해 규제는 최소화하고, 안전성·투명성 중심의 필요 조치를 명확히 하는 데 초점을 두었으며 과기정통부는 산업계·전문가·시민단체 의견을 반영해 구체적인 기준을 마련했다.

1. AI 산업 지원 근거 마련

- AI R&D, 학습데이터 구축, AI 활용 지원 기준 명확화
- AI 집적단지 지정 기준·절차 규정
- 인공지능안전연구소, 인공지능정책센터 등 지원기관 지정 근거 포함

2. 투명성·안전성 의무 구체화

- 고영향 AI·생성형 AI 서비스 제공 시 AI 기반 운용 사실 사전 고지
- 실제와 유사한 결과물에는 AI 생성 표시 의무
- 안전성 의무 대상: 누적 연산량 10^{26} FLOPs 이상 AI 시스템
- 고영향 AI 판단 기준(사용 영역·위험·중대성·빈도 등) 상세 규정
- 고영향 AI 확인 절차: 기본 30일, 1회 30일 연장 가능

3. 인공지능 영향평가 구체화

- 기본권 영향, 위험요인, 완화 방안 등 평가 항목 구체화
- 사업자가 제공하는 AI 제품·서비스에 자율평가 적용

과기정통부는 안전·신뢰 기반 조성 제도의 조속한 현장 안착을 위해 구체적인 기준과 의무 이행 방법, 모범 사례 등을 반영한 고시와 가이드라인도 마련할 계획이다. 또한 AI기본법 시행 초기 제도의 현장 안착과 기업에 대한 준비 기간을 제공하기 위해 과태료 계도기간을 최소 1년 이상 운영할 계획이며, 구체적 운영방식과 기간을 확정하기 위해 의견을 수렴하고 있다.

🔗 더 알아보기 : 과학기술정보통신부> 새소식 > 보도자료([Click](#))

방송참여와 권익증진

고양시, 청소년 디지털 문화 교육 2026년부터 추진

인공지능(AI), 사회관계망서비스(SNS) 등 디지털 미디어가 청소년 일상의 핵심 요소로 자리 잡으면서, 이에 따른 부작용 예방과 올바른 활용 능력 함양이 교육 현장의 시급한 과제로 대두되었다. 고양특례시는 이러한 사회적 흐름에 대응하여 청소년들이 건전한 디지털 습관을 형성하고 자기조절 역량을 갖출 수 있도록 정서 지원과 디지털 역량 강화를 연계한 단계별 정책을 추진하고 있다.

우선 시는 디지털 교육의 기초가 되는 정서적 안정망 구축을 위해 2025년 '밝은학교문화 만들기' 사업을 대폭 확대했다. 1억 7천만 원의 예산을 투입해 관내 42개 중학교 1학년 전체 학급을 대상으로 정서·관계 프로그램을 운영함으로써, 청소년기의 심리적 불안을 해소하고 긍정적인 또래 관계를 형성하는 데 주력했다. 이러한 성과를 기반으로 2026년부터는 기존 사업에 '디지털 문화 교육'을 본격적으로 접목하여 지원 범위를 확장한다. 새롭게 도입되는 교육 과정은 디지털 리터러시 함양, SNS 및 게임 활용 습관 점검, 자기조절 능력 강화 등을 핵심 내용으로 한다. 이는 단순한 정서 지원을 넘어 디지털 시대에 필수적인 실질적 생활 역량을 강화하는 데 목적이 있다. 고양시는 정서·관계 회복 지원과 맞춤형 디지털 교육을 유기적으로 결합하여, 청소년들이 균형 잡힌 디지털 문화를 정착시키고 미래 사회의 건전한 구성원으로 성장할 수 있도록 지속적인 지원 체계를 마련할 방침이다.

🔗 더 알아보기 : 고양특례시 > 뉴스포털 > 보도자료([Click](#))

인공지능 활용 결과물 저작권 등록과 저작권 분쟁 예방 안내서 2종 영문본 발간

문화체육관광부는 생성형 AI 확산으로 늘어나는 저작권 분쟁과 국제적 논의 수요에 대응하기 위해, '생성형 인공지능 활용 저작물 저작권 등록 안내서'와 '저작권 분쟁 예방 안내서' 영문본을 제작해 전 세계에 배포한다.

영문 안내서에는 △AI 결과물의 저작권 등록 가능 여부, △등록 요건·절차, △등록 사례, △AI 결과물의 침해 판단 기준, △권리자·이용자·AI 사업자별 유의사항 등이 담겨 있어 해외 창작자와 업계의 이해를 돕는 기초 자료로 활용될 전망이다.

문체부는 이번 영문본을 WIPO 저작권상설위원회(SCCR) 등을 통해 국제사회에 적극 소개하고, 미국·중국 등 주요국과의 정책 협력도 논의할 계획이다.

안내서는 문체부와 한국저작권위원회, 한국문화홍보서비스의 영문 누리집에서 누구나 내려받을 수 있다.

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

시청자미디어재단, 「AI 활용 미디어 제작 지원 가이드」 발표

시청자미디어재단은 국민이 AI 기술을 활용해 안전하고 책임 있게 미디어 콘텐츠를 제작할 수 있도록 「AI 활용 미디어 제작 지원 가이드」를 공개했다. 최근 생성형 AI 확산으로 콘텐츠 제작이 쉬워진 반면, 허위정보 생성·저작권 침해·개인정보 노출 등 위험이 증가한 상황을 고려한 조치다.

이번 가이드는 공공미디어 영역에서 AI 기반 콘텐츠 제작 원칙을 제시한 국내 최초 사례로, **인간 중심 제작, 저작권 및 개인정보 보호 준수, 사회적 공익 및 공공성 확보 등 3대 기본원칙과 책임성·투명성·공정성·신뢰성 등 4대 제작자 원칙**으로 구성됐다.

또한 제작자가 현장에서 바로 활용할 수 있도록 AI 활용 여부 표시, 개인정보 입력 제한, 검수 책임 강화 등 체크리스트를 포함해, 전국 12개 시청자미디어센터 제작 지원 과정에서 적용 가능하도록 설계됐다.

시청자미디어재단은 이번 가이드가 생성형 AI 시대의 올바른 미디어 제작 문화 확산과 시민 디지털 역량 강화에 기여할 것으로 기대하고 있다. 가이드는 재단 홈페이지에서 확인할 수 있다.

🔗 더 알아보기 : 시청자미디어재단 > 자료마당 > 미디어교육 자료([Click](#))

KBS, 차세대 송출 패러다임 연다! ... AI 기반 방송 혁신 가속 기대

KBS는 멀티플랫폼 통합주조 구축사업을 발표하며 기존 지상파 중심 송출 체계를 AI·All-IP 기반 차세대 송출 시스템으로 전환한다. 총 272억 원이 투입되는 이번 사업은 2025년 1단계 구축을 시작으로 2028년까지 단계적으로 완료될 예정이다.

새 체계가 구축되면 방송 제작·송출 과정이 통합되고 자동화돼, 시청자는 지상파·OTT·모바일 등 어떤 플랫폼에서도 동일하게 안정적이고 고품질의 방송을 제공받을 수 있다. 특히 뉴스·재난정보 전달 속도와 정확성이 향상돼 재난주관방송사로서의 공적 기능 강화가 기대된다.

또한 AI 기반 품질관리와 지능형 송출 시스템 도입으로 송출 오류 감소, 콘텐츠 접근성 개선, UHD·멀티자막·보조 기능 등 시청자 중심 서비스 확장 가능성이 높아졌다.

KBS는 이번 구축사업을 통해 미래형 공영방송 전환의 기반 마련과 제작 효율화, 송출 안정성 제고를 핵심 목표로 추진 중이다.

🔗 더 알아보기 : KBS > 보도자료([Click](#))

03

해외동향

시청자 권익 보호 제도 : 브라질편

시청자 권익보호제도 : 브라질편

I. 서론: 브라질 사회의 구조적 특성과 시청자 권익

1. 사회·경제적 배경과 디지털 전환의 가속화

브라질은 남아메리카 대륙에서 가장 넓은 영토를 가진 국가이자 세계에서 다섯 번째로 큰 면적을 보유한 대국이다. 역사적으로 포르투갈의 식민지였던 배경으로 인해 남미 국가 중 유일하게 포르투갈어를 공식 언어로 사용하며, 일부 지역에서는 투피어 등 274종에 달하는 원주민 언어가 병행 사용되고 있다. 경제적으로는 농업과 광업 등 1차 산업 기반이 탄탄하여 커피, 설탕, 오렌지의 세계 최대 생산국으로 알려져 있다. 2022년 기준 국내총생산(GDP)은 약 1조 9,201억 달러로 한국의 약 115% 수준이나, 1인당 GDP는 한국의 28% 수준에 그친다. 특히 상위 19%가 전체 소득의 56.8%를 점유하고 하위 50%는 9%에 불과할 정도로 빈부격차가 극심한 구조를 띠고 있다. 인구 구조 측면에서는 평균 연령이 33.2세로 전 세계 평균(31.4세)보다 약간 높으나 한국(43.2세)보다는 현저히 젊은 구조를 보인다. 전체 인구의 절반 이상이 29세 이하이며, 인구의 약 89%가 도시에 거주하고 있어 디지털 기기 수용과 모바일 중심의 콘텐츠 소비 전환이 매우 빠르게 진행되고 있다.

2. 미디어 소유 집중과 표현의 자유 제약

브라질 헌법은 표현의 자유를 명시적으로 보장하고 있으나, 실제 미디어 환경은 정치권력과 소수 대기업의 강력한 영향력 아래 놓여 있다. 주요 언론 시장은 '글로보 그룹(Grupo Globo)'과 '아브릴 그룹(Grupo Abril)' 등 가족 경영형 재벌 미디어 그룹이 장악하고 있어 여론의 독과점 우려가 상존한다. 정부의 개입과 경제적 제재로 인해 언론 자유가 위축되는 사례도 빈번하다. 부패나 권력형 비리를 취재하는 탐사보도 기자들은 협박, 폭력, 명예훼손 소송 등 신변의 위협에 노출되어 있으며, 지역 언론은 재정난과 디지털 전환의 충격으로 점차 소멸 위기에 처해 있다. 또한 소셜 네트워크 플랫폼을 통한 허위정보 확산은 시민들의 언론 신뢰도 하락을 부추기고 있다.

3. K-드라마 열풍과 콘텐츠 소비 변화

최근 브라질 미디어 시장의 가장 두드러진 특징 중 하나는 K-드라마의 약진이다. Ecglobal의 연구에 따르면 브라질인의 약 90%가 한국 콘텐츠를 소비하며, 이 중 55%는 주 1회 이상 시청하는 것으로 나타났다. 브라질 최대 미디어 그룹인 글로보(Globo)는 자사 OTT 플랫폼 '글로보플레이(Globoplay)'의 경쟁력 강화를 위해 K-드라마를 적극 편성하고 있다. 대표적으로 인기 프로그램 시간대인 <세상다 타르지(Sessão da Tarde)>에 한국 드라마 <이로운 사기(Doce Engano)>를 방영해 큰 호응을 얻었으며, 2024년 5월부터는 <멈추고 싶은 순간: 어바웃 타임>을 후속작으로 선보였다. 단순 수입을 넘어 제작 방식의 벤치마킹도 이루어지고 있다. 2023년 방영된 텔레노벨라 <볼타 포르 시마(Volta por Cima)>는 한국 드라마 특유의 로맨스

서사 구조를 도입해 호평받았으며, HBO맥스는 브라질 최초의 K-POP 드라마 <옷장 너머로(Além do Guarda-Roupa)>를 직접 제작하기도 했다.

II. 브라질 방송제도 및 시장 현황

1. 방송 시장 규모 및 사업자 현황

브라질 미디어 산업 규모는 2023년 기준 약 171억 헤알(한화 약 34억 달러)로, 영화, TV, 음악 및 디지털 콘텐츠를 포괄하는 남미 최대 시장이다.

1) 주요 지상파 방송사

- Globo: 1965년 개국한 브라질 최대 민영 방송사로, 라틴아메리카 전역에 영향력을 행사한다. 전국 122개 방송망을 보유하고 있으며 TV 시장 점유율 약 37%, 전국 방송 도달률 98%를 기록하고 있다. 자체 OTT인 Globoplay를 통해 디지털 시장도 주도하고 있다.
- SBT: 1981년 개국한 민영 방송사로, 어린이 프로그램과 멕시코산 텔레노벨라(Telenovela)를 주로 방영하며 대중적 인기를 유지하고 있다.
- Band (Bandeirantes): 1967년 개국하여 시사·보도 프로그램에 강점이 있으며, 최근 온라인 채널 'Arte1'을 통해 아시아 드라마 등 다양한 콘텐츠를 확보하고 있다.
- Record TV: 1953년 개국한, 브라질에서 두 번째로 오래된 민영 방송사로 디지털 플랫폼 'PlayPlus'를 운영하며 종합 미디어 그룹으로 확장 중이다.
- TV Brasil: 2007년 개국한 공영 방송사로, 교육, 문화, 공공 서비스 콘텐츠에 중점을 둔다.

2) 폭발적인 OTT 시장 성장

브라질은 남미 최대의 OTT(Over-the-Top) 시장이다. 2011년 넷플릭스 진출 이후 급성장하여 2023년 기준 시장 규모는 약 35억 달러에 달하며, 이는 2020년 대비 2배 이상 성장한 수치다. 주요 플랫폼 이용률(2023년 기준)을 살펴보면, 넷플릭스(Netflix)가 93.9%로 압도적 1위를 차지하고 있으며, 아마존 프라임 비디오(69.2%), 유튜브 프리미엄(61.1%), 디즈니+(53.2%) 등이 뒤를 잇는다. 현지 플랫폼인 Globoplay는 자국 콘텐츠 경쟁력을 바탕으로 41.1%의 이용률을 기록하며 글로벌 사업자들에 대항하고 있다.

2. 콘텐츠 제작 동향

글로벌 OTT의 진입 이후 브라질 고유의 문화와 정체성을 반영한 현지 제작 콘텐츠(Local Contents) 수요가 급증하고 있다.

- 드라마(Telenovela): 전통적인 로맨스 중심에서 벗어나 계층 격차, 젠더, 환경 문제 등 사회적 의제를 다루는 방향으로 진화하고 있다.
- 리얼리티 쇼: <A Fazenda>, <Big Brother Brasil> 등은 높은 시청률과 함께 SNS를 통한 시청자 참여가 활발하다.
- 다큐멘터리: 사회 정의, 환경 보호, 인권 등 공공적 가치를 주제로 한 콘텐츠 제작이 늘어나고 있다.

III. 다층적 규제 체계 및 지원 정책

브라질의 미디어 정책은 규제와 진흥이 유기적으로 결합된 형태를 띤다. 문화부(MinC)를 중심으로 연방통신청(ANATEL), 브라질 영화청(ANCINE) 등 전문 기관이 협력하여 산업을 관리한다.

1. 주요 규제 및 지원 기관

- 연방통신청(ANATEL): 방송 및 통신 분야를 총괄 규제하며, 주파수 할당, 인프라 관리, 기술 표준 제정, 공정 경쟁 감시를 담당한다.
- 브라질 영화청(ANCINE): 문화부 산하의 재정적·행정적 독립 준정부기관이다. 영화 및 영상 콘텐츠의 제작, 배급, 상영 전반을 지원하고 규제하며, 브라질 콘텐츠 산업 정책의 핵심 엔진 역할을 수행한다.
- 정부 커뮤니케이션 부서(Secom): 대통령 직속으로 정부의 대국민 소통 및 홍보 전략을 총괄한다.

2. 주요 법적 기반

- 1988년 연방헌법: 군사독재 종식 후 제정되어 언론 및 표현의 자유, 검열 금지를 헌법 제5조에 명시함으로써 민주적 미디어 환경의 토대를 마련했다.
- 인터넷 시민법(Marco Civil da Internet, 2014): 브라질의 '디지털 권리장전'으로 불린다. 망 중립성, 표현의 자유, 개인정보 보호를 법제화하여 디지털 환경에서의 이용자 권리를 강력하게 보장한다.
- AI 규제 법안(2023년 발의): EU의 AI 법안과 유사한 '위험 기반 접근(Risk-Based Approach)'을 채택하여, 고위험 AI 시스템의 투명성과 책임성 확보를 추진 중이다.

3. 세제 혜택 및 자금 지원 제도

브라질은 남미에서 가장 건고한 콘텐츠 진흥 정책을 갖춘 국가로 평가된다.

- 루아네 법(Lei Rouanet): 기업 및 개인이 소득세의 일정 비율을 문화 산업에 투자하면 세제 혜택을 주는 제도로, 민간 투자의 마중물 역할을 한다.
- 시청각법(Audiovisual Law): 영화 투자에 대한 세액 공제를 제공하여 국내외 자본 유입을 촉진한다.
- 국가영화기금(FSA): 영화 및 TV 프로그램 제작을 위한 핵심 기금으로, 최근에는 디지털 콘텐츠 및 독립 제작사로 지원 범위를 대폭 확대하였다.
- '모든 스크린을 위한 브라질' 프로그램: 약 4억 5천만 달러 규모를 투입하여 콘텐츠 가치사슬 전반을 강화한 대규모 육성 프로젝트다.

IV. 미디어 기술 혁신 동향

1. 가상현실(VR)과 증강현실(AR)의 도입

브라질 미디어 산업은 이용자 경험 혁신을 위해 실감형 기술을 적극 도입하고 있다.

영화 제작사들은 아마존 열대우림 등 지역적 특색을 살린 VR 다큐멘터리(예: Amazônia Viva, Gravity VR)

를 제작하여 칸 영화제 등 국제 무대에서 성과를 거두고 있다. 방송 스튜디오와 광고 업계는 AR을 활용해 인터랙티브 스토리텔링과 참여형 마케팅을 구현하고 있다. 다만, 고품질 콘텐츠 구현을 위한 대용량 데이터 전송망 등 기술 인프라의 지역적 불균형은 해결해야 할 과제다.

2. 인공지능(AI) 및 데이터 분석의 고도화

AI 기술은 콘텐츠의 기획부터 유통까지 전 과정에 깊숙이 개입하고 있다.

넷플릭스 등 글로벌 기업뿐만 아니라 로컬 플랫폼(Globoplay)도 기계학습과 자연어 처리(NLP)를 활용해 브라질 시청자의 세밀한 취향을 분석하고 맞춤형 콘텐츠를 제공한다.

AI 알고리즘을 통해 영상의 색상 보정, 노이즈 제거 등 품질 향상 작업을 자동화하고, 시각 특수효과(VFX) 및 배경음악 생성에 활용하여 제작 비용과 시간을 절감하고 있다.

V. 브라질 사례가 주는 정책적 함의

브라질 정부는 미디어 산업을 단순한 문화 향유의 대상을 넘어 국가 전략 산업으로 육성하고 있으며, 이는 한국의 시청자 권익 보호 및 산업 진흥 정책에 중요한 시사점을 제공한다.

1. 공정한 시장질서 확립을 위한 제도 개선

글로벌 OTT의 시장 지배력이 확대되면서 브라질은 대형 방송사와 중소 제작사 간의 불공정 관행 개선에 주력하고 있다. 한국 역시 거대 플랫폼 중심의 독과점 구조 속에서 중소 제작사의 자생력을 확보하기 위해, 공정 거래를 강제하고 공동 프로젝트를 장려하는 제도적 장치가 필요하다.

2. 불법복제 대응: '사회적 연계형' 전략

브라질은 불법 복제를 근절하기 위해 법적 처벌뿐만 아니라 '사회적 교육'을 병행하는 전략을 취하고 있다. 소비자들이 불법 콘텐츠 이용의 법적·경제적 위험성을 인지하도록 공공 캠페인과 학교 교육을 강화하는 방식이다. 이는 저작권 보호를 산업계의 이익 보호를 넘어 시민 의식 함양의 차원에서 접근해야 함을 시사한다.

3. 디지털 인프라와 지역 균형 발전

광대한 영토를 가진 브라질은 내륙 및 저개발 지역의 디지털 인프라 부족 문제를 국가적 과제로 인식하고 있다. 한국은 망 보급률은 높으나 콘텐츠 제작 인프라가 수도권에 편중되어 있다. 브라질의 사례는 지역별 창작 거점 조성을 통해 지역 간 정보 격차를 해소하고, 지역 특색을 담은 '로컬 콘텐츠'를 활성화해야 한다는 점을 강조한다.

4. 신흥 미디어 환경과 리터러시 교육의 체계화

소셜미디어를 통한 가짜 뉴스 확산에 대응하기 위해 브라질은 'EducaMídia'와 같은 민간 협력 모델을 통해

미디어 리터러시 교육을 강화하고 있다. 2023년 발표된 '연방정부 미디어 교육 전략'은 교사 훈련과 학교 프로그램 통합을 주요 골자로 한다. 한국 또한 급변하는 미디어 환경에 맞춰 전 국민을 대상으로 한 체계적인 디지털 리터러시 교육 시스템을 구축해야 한다.

VI. 결론

브라질 미디어 산업은 풍부한 내수 시장과 정부의 적극적인 지원 정책, 그리고 기술 혁신 수용성을 바탕으로 향후 5년간 연평균 8~10%의 성장이 전망된다. 특히 자국 문화의 정체성을 유지하면서도 K-드라마와 같은 글로벌 트렌드를 유연하게 수용하고, AI와 VR 등 신기술을 접목하여 산업을 고도화하는 전략은 주목할 만하다. 브라질의 사례는 미디어 산업의 지속 가능한 발전이 ▲공정한 시장 생태계 조성 ▲사회적 합의에 기반한 저작권 보호 ▲포용적 디지털 인프라 구축 ▲체계적인 시청자 교육이라는 네 가지 축이 유기적으로 작동할 때 가능함을 보여준다. 이러한 다층적 접근은 글로벌 미디어 강국을 지향하는 한국의 정책 수립에 있어 유의미한 참고 모델이 될 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>