

AI 시대 미디어 플랫폼 생태계 보호와 크리에이터 권익 확립을 위한 정책 간담회

생성형 AI 시대의 창작자 보호와 플랫폼 책임 강화를 위한 국회 정책 논의

- 2026년 7월 20일, 국회의원회관 제9간담회의실 -



국회의원 이주희

(사)한국디지털콘텐츠크리에이터협회

AI 시대 미디어 플랫폼 생태계 보호와 크리에이터 권익 확립을 위한 정책 간담회

생성형 AI 시대의 창작자 보호와 플랫폼 책임 강화를 위한 국회 정책 논의

일시	2026년 7월 20일(월) 10:00 ~ 12:00
장소	국회의원회관 제9 간담회의실
주최	국회의원 이주희(더불어민주당)
주관	(사)한국디지털콘텐츠크리에이터협회(코딕)

국회의원 이주희
(사)한국디지털콘텐츠크리에이터협회

목 차

AI 시대 미디어 플랫폼 생태계 보호와 크리에이터 권익 확립을 위한 정책 간담회

I	행사 개요
II	개최 취지 및 목적
III	인사말 (더불어민주당 이주희 국회의원)
IV	환영사 ((사)한국디지털콘텐츠크리에이터협회장)
V	주요 참석자 명단
VI	간담회 핵심 의제 및 현장 실증 사례
VII	주제 발제 요약 (발제자 소개 포함)
VIII	정부-현장 상생 종합토론 요약 (토론자 소개 포함)
IX	AI 시대 크리에이터 권익 보호를 위한 실태조사 및 공동 정책연구 추진 계획
X	추후 논의 내용 (기대 효과 및 입법 과제)

국회의원 이주희 · (사)한국디지털콘텐츠크리에이터협회

I. 행사 개요

행사명	AI 시대 미디어 플랫폼 생태계 보호와 크리에이터 권익 확립을 위한 정책 간담회
일시	2026년 7월 20일(월) 10:00 ~ 12:00
장소	국회의원회관 제9 간담회의실
주최	더불어민주당 국회의원 이주희
주관	사단법인 한국디지털콘텐츠크리에이터협회(코딕)
참석 인원	방청 인원 약 50명(크리에이터 및 업계 관계자, 정부 부처 실무자, 국회의원 등)

II. 개최 취지 및 목적

생성형 AI 기술의 파괴적 혁신은 콘텐츠 제작 효율성을 전례 없는 수준으로 높였으나, 동시에 크리에이터의 창작 데이터를 무단으로 학습하고 디지털 인격권을 침해하는 제도적 공백을 낳고 있습니다. 특히 딥페이크 및 인공지능 보이스 복제를 악용한 가짜 뉴스의 양산은 미디어 수용자에게 혼란을 초래하고 생태계 전체의 사회적 신뢰를 위협하고 있습니다.

본 간담회에서는 국내에서 유일하게 크리에이터를 대상으로 ‘AI 시대 관련 실태조사’를 실시하였고, 이를 토대로 현장의 생생한 목소리를 반영하여, 플랫폼 기업의 책임을 강화하고 창작자를 보호할 수 있는 실효성 있는 법률 제정과 미디어 정책 가이드라인을 정립하고자 합니다.

III 인사말



이주희
더불어민주당 국회의원

안녕하십니까.

국회 과학기술정보방송통신위원회 위원으로 활동하고 있는 더불어민주당 국회의원 이주희입니다.

바쁘신 일정에도 『AI 시대 미디어 플랫폼 생태계 보호와 크리에이터 권익 확립을 위한 정책 간담회』에 함께해 주신 크리에이터 여러분과 정부 부처 및 산업계 관계자 여러분께 진심으로 감사드립니다. 아울러 뜻깊은 자리를 함께 마련해 주신 사단법인 한국디지털콘텐츠크리에이터협회 관계자 여러분의 노고에도 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

인공지능은 콘텐츠의 기획과 제작, 유통 방식을 빠르게 바꾸며 누구나 새로운 가능성에 도전할 수 있는 길을 넓히고 있습니다. 그러나 혁신의 빛이 밝을수록 그 이면의 그늘도 세심히 살펴야 합니다. 창작자의 동의 없이 콘텐츠와 데이터가 AI 학습에 활용되고, 얼굴과 목소리가 딥페이크로 복제되며, 알고리즘의 오판으로 계정과 수익이 제한되는 일이 이어지고 있습니다. 피해를 신고해도 사람의 검토를 받거나 신속히 구제받기 어려운 현실은 창작자의 생계뿐 아니라 국민이 접하는 정보의 신뢰까지 흔들고 있습니다.

AI의 발전과 창작자의 권리 보호는 서로 맞서는 가치가 아닙니다. 창작의 가치가 존중되고 권리 침해에 책임 있게 대응하는 질서가 갖춰질 때 AI 산업도 국민의 신뢰 속에서 지속 가능한 성장을 이룰 수 있습니다. 창작자를 보호하는 일은 혁신을 가로막는 규제가 아니라 더 큰 혁신을 가능하게 하는 사회적 기반입니다.

오늘 간담회에서는 국내에서 유일하게 현장 크리에이터들이 직접 참여해 진행한 ‘AI 시대 실태조사’ 결과가 발표됩니다. 설문조사를 통해 드러난 크리에이터들의 구체적인 피해 실태는 현재 우리의 법과 제도가 기술 발전의 속도를 온전히 따라가지 못하고 있음을 보여주는 뼈아픈 증거이자 향후 입법을 위한 중요한 이정표입니다.

플랫폼에는 AI 생성물 표시와 신속한 신고·삭제 절차, 인간 검수에 기반한 이의 제기 및 계정 복구 체계를 마련하도록 요구해야 합니다. 아울러 얼굴·음성 등 인격적 표지를 보호하는 디지털 퍼블리시티권, 자신의 콘텐츠가 AI 학습에 쓰이는 것을 거부할 수 있는 옵트아웃 권리, 학습 데이터 이용의 투명성과 정당한 보상 원칙도 함께 논의해야 합니다.

오늘 간담회에서 모아 주신 지혜와 현장의 생생한 목소리를 바탕으로, 창작자의 정당한 권리가 굳건히 보호되고 AI 기술과 인간의 창의성이 조화를 이루는 미디어 환경을 만들겠습니다. 저 이주희도 국회의 일원으로서 필요한 입법과 제도 개선에 최선을 다하겠습니다.

귀한 걸음해 주신 모든 분의 건승을 기원합니다. 감사합니다.

더불어민주당

국회의원 이주희

IV 환영사

"우리의 땀방울이 AI의 소모품이 되지 않도록, 당당히 권리를 요구하겠습니다."

안녕하십니까? (사)한국디지털콘텐츠크리에이터협회 회장 신병규입니다.

먼저, 거대한 AI 기술의 파도 앞에서 크리에이터들의 생존과 권리를 지키기 위해 오늘 이토록 뜻깊은 공론의 장을 열어주신 이주희 의원님께 깊은 감사의 말씀을 드립니다. 아울러 바쁜 일정을 뒤로하고 기꺼이 발걸음해 주신 정부 부처 관계자 여러분, 그리고 누구보다 절박한 마음으로 이 자리에 함께해 주신 동료 크리에이터 여러분께 진심으로 환영의 인사를 전합니다.

우리 크리에이터들은 오직 아이디어와 열정 하나로 밤낮없이 기획하고 촬영하며 대한민국 뉴미디어 생태계를 일궈왔습니다. 영상의 1초, 대본의 한 줄에는 우리의 삶과 정체성이 고스란히 담겨 있습니다.

그러나 지금 우리의 현실은 어떠합니까? 급격히 도입된 생성형 AI 기술은 혁신이라는 이름 뒤에서 우리 창작자들의 생존을 심각하게 위협하고 있습니다. 우리가 땀 흘려 쌓아 올린 고유의 콘텐츠는 아무런 동의 없이 기계의 학습 데이터로 무단 수집되고 있으며, 우리의 얼굴과 목소리는 딥페이크로 조작되어 가짜 뉴스나 사기 범죄에 악용되고 있습니다.

무엇보다 참담한 것은 거대 플랫폼의 '알고리즘 오작동'입니다. 정당한 창작물임에도 AI가 잘못 판단했다는 이유만으로 하루아침에 채널 수익 창출이 정지되고 맙니다. 억울함을 호소하려 해도 '인간'이 직접 듣고 판단해 주는 소명 창구조차 없는 차가운 현실 속에서, 수많은 창작자들이 생계의 터전을 잃고 벼랑 끝으로 내몰리고 있습니다.

그렇기에 오늘 이 간담회는 우리 크리에이터들에게 단순한 토론회 이상의 중대하고 절실한 의미를 갖습니다. 오늘 우리는 크리에이터 본인이 직접 참여한 'AI 관련 인식조사' 결과를 기반으로 국회와 정부 앞에 섰습니다. 파편화되어 있던 현장의 억울한

피해 사례들을 명확한 실증 데이터로 묶어, 글로벌 빅테크 기업과 사회를 향해堂堂히 우리의 권리를 요구하는 역사적인 첫걸음입니다.

우리는 기술의 발전을 무조건 거부하는 것이 아닙니다. 기술이 창작을 돕는 '도구'가 아니라, 창작을 훔치는 '포식자'가 되는 것을 막아달라는 호소입니다. 원치 않는 데이터 학습을 거부할 수 있는 'AI 크롤링 거부권(Opt-out)' 보장, 고유의 창작 포맷과 인격권을 지키는 '디지털 퍼블리시티권' 명문화, 그리고 억울한 제재를 막을 플랫폼의 '인간 검수 기반 소명 창구' 의무화가 시급합니다.

오늘 이 자리에 모인 우리의 생생한 목소리가 국회의 문턱을 넘어 강력한 법안과 제도로 결실을 맺을 때까지, 저희 '코딕'은 대한민국 모든 크리에이터 여러분을 대변하여 최전선에서 함께 뛸 것입니다. 창작의 가치가 정당하게 존중받는 상생의 생태계를 향한 길에 끝까지 연대해 주시기를 부탁드립니다.

감사합니다.

(사)한국디지털콘텐츠크리에이터협회

회장 신병규

V. 주요 참석자 명단

주최	이주희 국회의원(더불어민주당)
발제자	- 김형진 교수(명지대학교 AI 기업경영학과) - 최훈일 변호사(코딕 자문, 법률사무소 윤현)
현장 토론자	- 방송미디어통신위원회 디지털방송미디어정책과 함형철 과장 - 발제자 2명 배석 - 크리에이터 4명: 박훈즈, 이퓨, 천유, 홍시 car - 이훈경 대표(공공 AI 솔루션 기업)
방청	뉴미디어 현업 크리에이터, 산업계 관계자 등 방청 인원 50명

VI. 간담회 핵심 의제 및 현장 실증 사례

정책 담당자와 플랫폼 기업의 전향적인 태도 변화를 이끌어내기 위해, 미디어 현장에서 발생한 명확한 피해 사실에 기반한 핵심 의제를 설정하였습니다.

의제 1. AI 생성 ‘가짜 콘텐츠’ 확산 및 플랫폼의 책임 강화

- **현안 및 문제점**
생성형 AI로 제작된 허위 정보와 크리에이터의 얼굴·음성을 무단 도용한 딥페이크 영상이 무분별하게 유포되어 심각한 초상권 및 디지털 인격권 침해를 유발하고 있음.
그러나 플랫폼(유튜브, 인스타그램 등)에 신고를 진행하더라도, 실시간 상담 채널이 불통이거나 유명무실하여 신속한 분별 및 강제 삭제가 제대로 이루어지지 않고 있음.
- **현장 실증 사례**
 - (자동차 시장 교란) 미출시 신형 차량의 이미지를 AI로 가상 생성하여 소비자를 기만하거나, 공신력 있는 언론 보도인 것처럼 AI로 팩트를

짜깁기한 사회 선동형 가짜 뉴스 유포 사례.
해당 콘텐츠를 플랫폼에 신고하였으나 답이 없었고, 정부 기관에
신고하려고 해도 마땅한 채널을 찾기 어려움.

- 정책 제안 사항: '디지털 워터마크' 표시제 입법화 및 국가 차원의 'AI 생성 가짜 콘텐츠 신문고' 신설. 정부-빅테크 간 핫라인(Hot-line) 구축을 통한 즉각적인 차단 강제.

• 의제 2. 글로벌 미디어 플랫폼 AI 알고리즘 오류로 인한 창작자 피해 및 구제 공백

- 현안 및 문제점
단순히 특정 플랫폼만의 문제가 아닌 전 세계 글로벌 미디어 플랫폼의 독점적 AI 알고리즘 판정 과정에서 정당한 창작 행위가 독단적으로 필터링 되거나 계정 정지 처분을 당하는 피해가 급증하고 있으나, 적절한 구제 절차가 부재함.
- 현장 실증 사례
 - 유튜브 구독자 43만 명 채널 수익 정지
크리에이터가 직접 영상을 기획 및 기안하고 고유 대본을 창작해 직접 육성 더빙을 완료한 정상 창작물임에도, 제작 보조 수단으로 활용한 단순 AI 그래픽 요소를 구글 알고리즘이 '허위/재사용 콘텐츠'로 오인함. 사람의 교차 검수나 사후 소명 기회 제공 없이 일방적으로 채널 수익 창출 정지 처분을 부과하여 글로벌 플랫폼 내부 권리 대응 시스템의 심각한 오작동을 증명함.
 - 인스타그램 (메타) 서비스센터 부재 실태
인스타그램 및 페이스북을 운영하는 메타(Meta)는 AI를 전혀 활용하지 않은 정상적인 일반 창작물임에도 시스템 오류로 인해 계정이 통째로 비활성화 되거나 삭제되는 사례가 빈번함. 그럼에도 불구하고 메타 측은 국내에 제대로 된 대면·사람 기반 서비스센터나 직통 소명 창구를 운영하지 않아 크리에이터들이 일방적으로 경제적 기반을 상실하는 피해를 보고 있음.
- 정책 제안 사항
글로벌 미디어 플랫폼(구글, 메타 등)이 국내 창작자 보호를 위해 의무적으로 실효성 있는 인간 검수 기반 소명 센터를 운영하도록 법제화하고, 부당 처분 및 알고리즘 오작동 판정 시 즉각적인 강제 복구 프로세스를 밟도록 방송미디어통신위원회 차원의 행정 처분 지침을 수립해야 함.

• 의제 3. 무분별한 AI 데이터 무단 학습 기반 '콘텐츠 무단 복제' 및 딥페이크 방지

• 현안 및 문제점

생성형 AI 기술을 악용하여 타인의 정성적 데이터셋과 스토리 서사 라인을 추출한 뒤 대량 표절 영상으로 재생산하는 저작권 침해를 넘어, 원 창작자의 얼굴과 목소리를 딥페이크로 합성하여 오리지널리티를 통째로 빼앗아가는 악성 카피 행태가 진화하고 있음.

• 현장 실증 사례

◦ 대형 채널이 중소 채널 고유 서사 및 내러티브 복제

구독자 276 만 명 대형 채널이 중소 채널의 고유 서사(반지의 제왕 묘사 -> 9·11 테러 -> 팔란티어 CEO 분석 자산 등) 및 기획자가 직접 운용하여 기록한 자산 수치 내러티브(1월 시드머니 5억 시작 후 10억 5,000만 달성 등)를 통째로 기계적 복제하여 수익을 가로챈 의혹이 제기됨. 중소 채널은 자신의 유튜브 채널을 통해 공개적으로 의혹을 제기하고 유튜브에 공식 삭제 요청을 접수한 바 있으며(아시아투데이, 2026.05.22.), 현재 플랫폼 측의 저작권 검토가 진행 중임.

◦ 크리에이터 대상 도용 사례 리서치 예정

본 안의 스토리 복제 영역 뿐만 아니라 기술 발달로 인해 교묘해진 크리에이터 대상 다양한 도용 사례 및 무단 데이터 학습 피해에 대하여, 향후 대규모 크리에이터 설문조사를 통해 정밀하고 광범위한 실제 피해 사례를 추가로 수집하여 정책 백서에 수록할 예정임.

• 정책 제언 사항

크리에이터 고유의 포맷, 음성·초상 데이터 및 영상 고유 구성을 포괄적으로 저작권의 범주로 보호할 수 있는 '디지털 퍼블리시티권' 법제화와 AI 크롤링 거부(Opt-out) 권한의 기본권 입법 마련.

Ⅶ. 주제 발제 요약

발제 1. 공학·경영학 관점의 실태 진단

- 발제자: 김형진 교수 (명지대학교 AI 기업경영학과)
 - 기술이 미디어 플랫폼 알고리즘과 비즈니스에 미치는 파급 효과를 연구하는 융합 전문가로, 본 실태조사 데이터 분석을 총괄했습니다.
- 발표 요지
 - 크리에이터 대상 실태조사 데이터를 기반으로 발표합니다.
 - AI 기술이 미디어 플랫폼에 미치는 영향과, AI 알고리즘 오작동으로 인한 수익 창출 제한 등 비즈니스적 시장 교란 문제를 실증적으로 진단합니다.
- 발표 내용: 첨부자료 참조

발제 2. 글로벌 법제도 및 입법 대안

- 발제자: 최훈일 변호사 (법률사무소 윤헌 / 코덱 정책법률자문)
 - 플랫폼 이용자 보호 및 저작권 정책 전문가로, 크리에이터 권리 보호 입법 방향을 연구해왔습니다.
- 발표 요지
 - 플랫폼 책임 강화와 크리에이터 보호를 위한 글로벌 법제도 개선 동향을 분석합니다.
 - 국내 방미통위 가이드라인 및 향후 국회 법제화 시 필수 반영되어야 할 구체적인 입법 대안을 제시합니다.
- 발표 내용: 첨부자료 참조

Ⅷ. 정부-현장 상생 종합토론

1. 박홍조 (크리에이터)

- 문제 제기 (알고리즘 오작동): 정상적인 고유 창작물임에도 보조 수단으로 쓴 단순 AI 그래픽 요소를 구글 알고리즘이 '허위/재사용 콘텐츠'로 오인. 인간의 교차 검수나 사후 소명 기회 없이 일방적으로 수익 창출이 정지됨.
- 정책 제안: 글로벌 플랫폼 내 오류를 접수하고 해소할 수 있는 인간 검수 기반 소명 창구 및 직통 구제 프로세스 법제화 요구.

2. 이퓨 (크리에이터)

- 문제 제기 (AI 데이터 무단 수집 한계): 생성형 AI가 콘텐츠를 무단 수집·재사용하는 것을 차단할 장치가 없어 복제된 중복 콘텐츠가 양산됨.
- 정책 제안: 무단 도용 현황을 기술적으로 탐지할 수 있는 공공 플랫폼 지원책 마련 및 대응이 부실한 글로벌 플랫폼의 신속 차단 강제 메커니즘 정립.

3. 천유 (크리에이터)

- 문제 제기 (AI 활용 가짜 정보): AI 기반 과대광고 및 사기성 강의 영상 유통 제재 전무, 오리지널 영상을 딥페이크로 악의적 편집 시 가해자 추적이 불가함.
- 정책 제안: 시청자 피해 방지 대책 수립과 악의적 AI 재생산 영상 가해자 추적 기술 도입 및 디지털 퍼블리시티권 침해 방지 제도화.

4. 홍시 (크리에이터)

- 문제 제기 (카피캣 양산 문제): AI의 무분별한 데이터 학습으로 인한 창작자 고유 자산(영상, 음성, 편집 스타일 등) 도용 및 유사 콘텐츠 양산 문제.
- 정책 제안: 창작자의 권리 보호와 AI 산업의 상생 발전을 동시에 도모할 수 있는 정부의 제도적 기준 수립 및 실효성 있는 법적 보호 장치 마련.

5. 이훈경 대표 (AI 솔루션 기업)

- 문제 제기 (AI 데이터 오염): AI가 왜곡 콘텐츠를 재학습하면서 사회적 논점을 흐리는 '데이터 오염' 현상 발견. 대책 지연 시 미디어 생태계 전체 위기 도래.
- 정책 제안: 화제가 되는 콘텐츠의 상시 모니터링 시스템 구축 및 정부 주도의 AI 크롤링 거부(Opt-out) 등 장기적 생태계 보호 대책 수립.

IX. AI 시대 크리에이터 권익 보호를 위한 실태조사 및 공동 정책연구 추진 계획

간담회 핵심 의제를 정량적·학술적 데이터로 고도화하여 국회 정책 반영 및 정부 제안의 강력한 지표로 활용하기 위해 연계한 실태조사 연구과제를 추진합니다.

- 연구 과제명: 『생성형 AI 시대 디지털 크리에이터 권익 침해 실태와 플랫폼 책임 강화를 위한 정책 연구』
- 연구 범위 및 표본
유튜브 채널 운영자 3만 명 대상 설문 진행 (약 200~300명 유효 표본 확보 예상). 직접 피해를 입은 유튜버 대상 심층 면접 조사(FGI) 연계 수행.
- 핵심 책임 연구진
 - 김형진 교수 (명지대학교 AI 기업경영학과)
 - 이신영 공학박사 (코덱 AI 자문위원 / XR 융합 공학 총괄)
 - 신명섭 석사 (코덱 상임이사 / CJ 빅데이터 센터 총괄)
 - 박천규 사무국장 (자동차 전문 크리에이터)
 - 최훈일 변호사 (플랫폼 이용자 보호 정책 자문)
- 설문 문항 구조 (5개 영역)
① 크리에이터 기본 현황 ② AI 침해 피해 경험 ③ 플랫폼 알고리즘 피해 (경제적 손실) ④ 제도 인지도 및 정책 수요 ⑤ 정책 우선순위
- 데이터 분석 및 결과 활용
수집된 데이터를 바탕으로 교차·회귀분석을 적용하여, ① 정책 백서(일반 공개용) ② KCI 등재 학술 논문 ③ 국회 공식 입법 참고 자료 형태로 동시 발간하여 파급력을 극대화합니다.

X. 추후 논의 내용

본 간담회와 실태조사 결과는 단순한 현안 공유를 넘어, 생성형 AI 시대의 미디어 신뢰 회복과 창작자 권익 보호를 위한 후속 정책 의제로 확장될 필요가 있습니다. 이에 향후 논의 과제를 다음 세 가지 분야로 구분하여 구체화합니다.

1. 제도·입법 분야: 생성형 AI 이용자 보호 규범과 국회 입법 연계

실태조사와 간담회에서 확인된 피해 사례를 토대로 방송미디어통신 정책 영역에서 다룰 수 있는 입법 의제를 체계화합니다. 특히 AI 생성물 표시, 딥페이크·허위정보 대응, 이용자 고지 의무, 피해 신고 및 삭제 절차의 법적 근거를 명확히 하고, 현행 가이드라인 수준의 논의를 국회 입법 과제로 전환하는 방안을 검토합니다.

또한 공정이용, 저작물 학습, AI 산출물의 표시 의무 등 관련 제도와 충돌하지 않도록 관계부처 간 공동 검토 체계를 마련하고, 정책 백서와 실태조사 데이터를 입법 참고자료로 공식화할 필요가 있습니다.

2. 플랫폼 책임 분야: 글로벌 플랫폼의 신고·삭제·소명 체계 고도화

크리에이터 피해의 상당 부분은 플랫폼 알고리즘 오판, 무단 복제 콘텐츠 유통, 딥페이크·사칭 콘텐츠의 확산 과정에서 발생합니다. 따라서 글로벌 빅테크 플랫폼이 단순한 사후 삭제 창구를 넘어, 인간 검수 기반의 신속 소명 절차, 국내 전담 연락 체계, 반복 침해 계정에 대한 단계별 제재, AI 생성 콘텐츠 라벨링 및 탐지 결과의 투명성 보고를 의무적으로 운영하도록 하는 방안을 논의해야 합니다.

특히 해외 플랫폼의 경우 국내 이용자 피해에 즉각 대응할 수 있는 책임 주체와 절차를 명확히 하여, 크리에이터가 권리 침해를 입증하고 회복할 수 있는 실질적 구제 경로를 확보하는 것이 핵심입니다.

3. 창작자 권리보호 분야: 디지털 퍼블리시티권·Opt-out·보상 체계 설계

AI가 개인의 얼굴, 음성, 말투, 진행 방식, 채널 고유 서사와 같은 식별 가능한 창작 요소를 모사하는 상황에 대응하기 위해 디지털 퍼블리시티권의 보호 범위와 행사 절차를 구체화해야 합니다.

아울러 크리에이터가 자신의 콘텐츠를 AI 학습 대상에서 제외할 수 있는 Opt-out 권한, 학습 데이터 이용 내역의 투명한 공개, 정당한 이용허락 및 보상 기준을 함께 설계할 필요가 있습니다. 이는 창작자의 권리를 과도하게 사유화하려는 취지가 아니라, AI 산업 발전과 창작 생태계의 지속 가능성을 함께 보장하기 위한 균형 장치로 논의되어야 합니다.

발제 자료

- [발제 1] 실태 조사 결과 기반 현안 진단
 - 김형진 명지대학교 AI 기업경영학과 교수
- [발제 2] 글로벌 법제도 및 입법 대안
 - 최훈일 변호사 (코딕 자문, 법률사무소 윤헌)

국회의원 이주희
(사)한국디지털콘텐츠크리에이터협회

AI가 뒤흔드는 미디어 플랫폼 시장

AI생성 가짜 콘텐츠와 알고리즘 오작동의 시장 교란

명지대 교수 / (주)메타크라우드 대표이사
김형진



김형진 교수

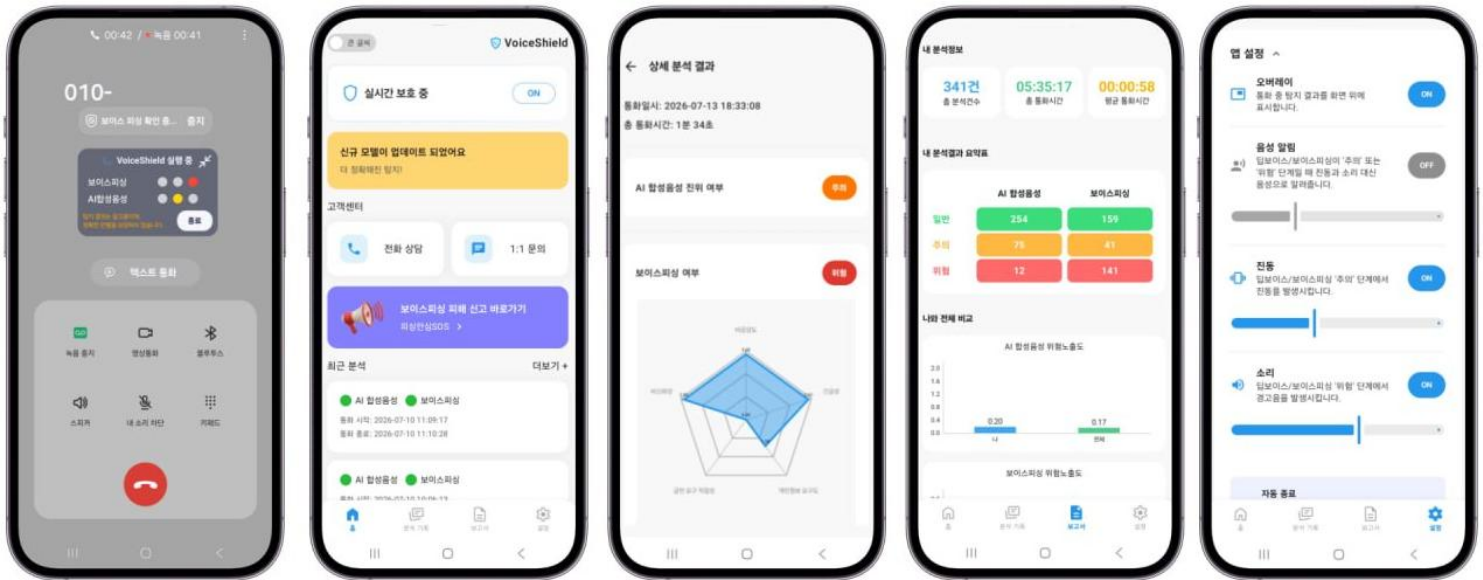
학력/경력

- 고려대학교 경영학과 학.석사 / KAIST 공학박사 (CRM, Information Security)
- 現) 명지대학교 미래융합경영학과 / AI기업경영학과 전공주임교수
- 現) (주)메타크라우드 대표이사 (Deepfake Detection & Watermarking)
- 現) 기술보증기금 데이터 기술평가 자문위원(투.융자 기술가치평가)
- 現) IBK기업은행 미래성장성심의회 위원
- 現) (사)한국디지털콘텐츠크리에이터협회 AI자문위원
- 現) MarknCompany Growth Partners
- 前) 고려대학교 융합연구원/빅데이터융합사업단 미래기술혁신연구센터장
- 前) (주)부루구루 부장/이사
- 前) 어반랩스(주) 사외이사
- 前) Keytalk AI Data Analyst
- 前) Dable Data Analyst
- 前) KAIST IMRC 수석연구원
- 前) 경기TP 기술닥터
- 前) 광주TP 기술멘토

주요 강의이력

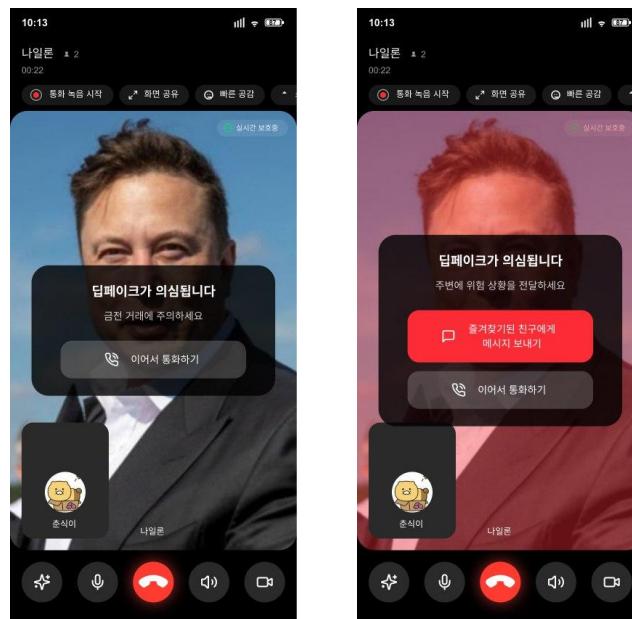
- [한국핀테크지원센터] 기술에서 사람으로: 국내 보안시장 분석 및 FCCMM 거버넌스 로드맵
- [SK TNS] 데이터 리터러시, 전략기획을 위한 데이터 기반 의사결정
- [LOTTE Innovate Company Ltd. Vietnam] Special Workshop about LATG and AI Business of LOTTE Innovate Vietnam
- [한국IT서비스학회] CES2025 디브리핑
- [DB Inc.] Data-driven Problem Solving with GenAI: 생성형 AI (ChatGPT) 기반 데이터
- [카카오엔터테이먼트] Data-driven Problem Solving
- [ABL생명] 데이터 마인드 및 사고력: Data-driven & AI
- [농촌진흥청] 데이터 기반 의사결정 및 조직문화 (과장급 직무역량 강화)
- [현대백화점] 데이터 기반 문제해결 (책임후보자 교육)
- [한국생산성본부] AI & 디지털 리터러시 향상과 DX 추진 실무
- [현대자동차그룹] 빅데이터 부트캠프 해커톤 주임교수
- [LGU+] 핵심인재 대상 데이터 역량 교육
- [서울마이컬리지] ChatGPT 시대의 데이터 리터러시 역량 강화
- [코스콤] 생성형AI를 활용한 업무스킬 (AI리더양성과정)
- [KRX] 데이터 리터러시 교육 (차장 승진자 대상)
- [광동제약] Digital Transformation (CRM / AICC) 방법론 교육
- [KCC] 제조업과 인공지능 (임원 승진자 교육)
- [LGU+] 디지털 대전환 시대, Data-driven Leadership 과정 (전사 팀장 대상 DX 교육)
- [명지대학교 미래교육원] 바이오,헬스케어 데이터 분석 전문가 양성과정 (임상통계분석)
- [서울시민대학] 4050을 위한 디지털마케팅 역량강화 교육
- [AFRO2023] 스타트업 육성 신학협력 전략
- [KAIST] ESG기반 비즈니스 설계: Business Innovation(Pivoting)
- [서울핀테크캠프] Digital Transformation 과정
- [한국도요자동차] 자동차 산업의 디지털화 과정 (R&D팀 대상 기술 세미나)
- [인텔코리아] 신기술 적용 Tech Seminar 과정
- [충북과학기술혁신원] NFT 기술 및 비즈니스 생태계 과정 교육
- [대구AI스쿨] 대구AI스쿨 데이터 구축, AI툴킷, 교보재 기획 및 강의 운영
- (사)우리들의미래 연구방법론 특강
- [SOFTWARE MAESTRO] 디지털마케팅 특강 (디지털마케팅 기본, Analytics, 클라우드편집)
- [고려대학교 융합연구원] Bigdata Tech Seminar
- [KCC] 제조업과 인공지능 과정
- [광동제약] Digital Transformation (CX와 AICC) 과정
- [KAIST 경영대학] ESG기반 비즈니스 설계: Business Innovation(Pivoting) 과정
- [연세대학교 상남경영원] Make the Invisible Visible: Transparency for Valuation & NFT (최고위과정)
- [대구광역시청년센터] 온라인마케팅 과정 / 빅데이터해석 과정 (총 20강)
- [서울특별시] 데이터마케팅 기본교육 및 현업 프로젝트 지도 (총 600시간)
- [KAIST 경영대학] 스타트업을 위한 데이터 활용법 과정

딥보이스 탐지 Global No.1 <VOICESHIELD>



Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

딥페이크 기반 Face Swap 탐지 <CREST-NET>



Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

실시간 딥페이크 영상을 활용한 금전 탈취 행위

딥페이크 기술을 악용하여 유명인, 가족을 사칭하거나 로맨스 스캠의 형태로 금융 사기 피해 빈번히 발생



국내사례

(좌) 스마트폰채팅앱으로 만난 남성에게 영상통화로 주식과 가상화폐 투자 추천. 온라인에서 떠도는 사진을 딥페이크로 합성을 해서 범행 (2025.05 KBS뉴스)

(우) 유명인의 얼굴과 실제 목소리를 바탕으로 제작한 딥페이크 영상을 내세워 신뢰를 쌓아 투자 유도 (2023.12 KNN뉴스)



해외사례

(좌) 싱가포르에서는 총리를 사칭한 딥페이크가 줌(Zoom) 화상회의에 등장 해한 피해자에게서 57억 원을 빼돌리는 피해 발생 (2026.07 아시아투데이)

(우) 테슬라 창업자 일론 머스크 사칭범이 딥페이크 영상통화를 통해 친분을 쌓고 돈을 뜯어내는 돼지 도살사가, 로맨스 스캠 범죄 피해 발생 (2024.09 KNN뉴스)

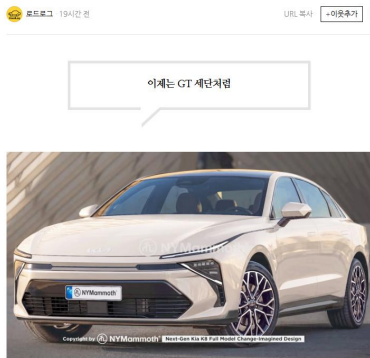
Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

딥페이크 이미지를 활용한 시장 왜곡

소비자 기만 및 자극적인 카피 콘텐츠의 생산에 따른 유튜버 신차 생태계 및 유통 질서 전반의 혼란 발생

생성 비용=0 & 삭제 지연 = 가짜의 기대수익은 항상 양(+) / 삭제가 느려질 수록 더 많이 만드는 것이 합리적 선택

"그랜저만 보다가 뒤통수" 플체인지로 바뀐다는 '국산 세단'의 정체



"준중형 맞아? 그랜저 넘보네..." 역대급 벌크업 아반떼 신형 CN8 플체인지 예고
한번 빠져봐

생성

1

- 미출시 신차(아반떼 CN8 등) 외관을 AI로 가상 생성
- 실제 수준 리얼리티

위장 유포

2

- 자극적 카피와 함께 유튜브·블로그 다량 유포
- 실차는 2026.6.26. 부산모빌리티쇼 최초 공개

시장 교란

3

- 소비자 기만, 신차 대기 수요 왜곡, 정상 리뷰 채널의 신뢰·트래픽 잠식
- 약 1년간 AI 예상도·가상 이미지가 '실차'처럼 언론·유튜브에 확산

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

가짜에게 공신력을 주는 AI의 높은 활용 가능성

완전한 허위 사실을 공신력 있는 공식 미디어의 뉴스 기사인 것처럼 AI 팩트 짜깁기 형태로 유포
혐오 정서를 자극하고 사회적 안전성을 위협할 수 있음



서울시 강남구 외국인 집합건물 매수인 현황

소유권이전등기(매매) 신청 매수인 국적별 요약 데이터 · 2026년 1월 ~ 4월 기준

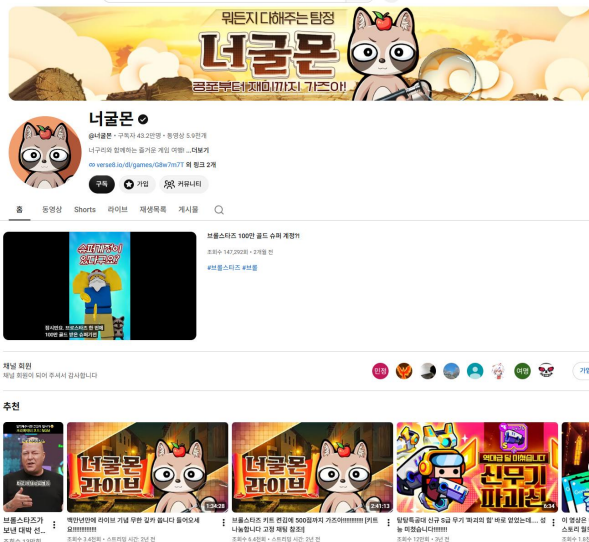
국적	2026-01	2026-02	2026-03	2026-04	국적별 합계
미국	4	5	5	5	19
캐나다	2	2	1	2	7
중국	1	0	1	3	5
뉴질랜드	0	0	0	1	1
몰타	0	0	0	1	1
캄보디아	0	0	0	1	1
호주	1	0	0	0	1
월별 총 매수인 수	8	7	7	13	35

※ 법원 등기 정보 공개 소유권이전등기(매매) 신청 매수인 국적별 요약

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

정상 창작물을 '가짜'로 판정하는 시스템

직접 기획·고유 대본·육성 더빙까지 완료한 정상 창작물을, 보조 수단으로 쓴 단순 AI 그래픽 요소 때문에 구글 알고리즘이 '허위/재사용 콘텐츠'로 오인. 교차 검수도 소명 기회도 없이 수익 창출 정지.



오판 비용을 100% 크리에이터가 부담

→ 플랫폼은 오탐(False Negative)을 줄일
경제적 유인이 없음



가시/비가시
워터마킹

유통사
배상책임제도

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

AI를 통해 타인의 창작물을 무단 복제하는 행위

생성형AI를 통한 타인의 데이터셋 및 스토리 서사 라인 추출 / 딥페이크를 활용 원창작자의 얼굴/목소리 합성

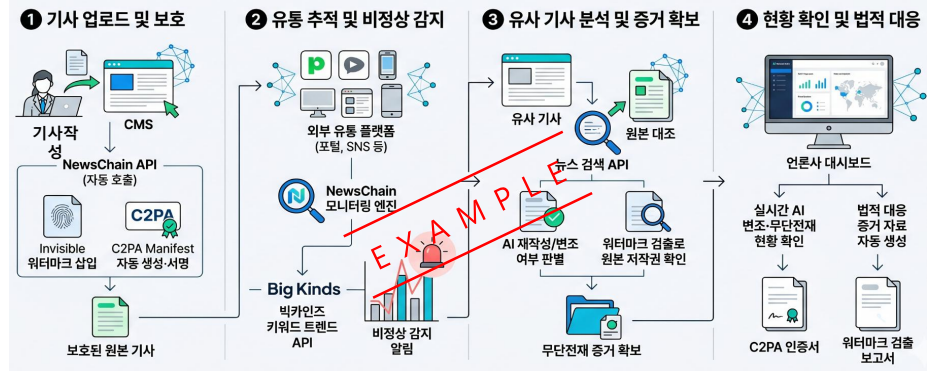
동영상



신사임당이 제 영상을 복제했습니다, 계좌 내역과 멤버십 이름...
▷ 8.9만 1일 전



/송팀장 유튜브



<메타크라우드의 뉴스 무단전제 방지 서비스 뉴스체인(Newschain) 도식>

저작권의 범주확대
(디지털 퍼블리시권)

AI 크롤링 거부
(Opt-out)

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

AI시대 크리에이터 시장을 바라보는 관점과 문제의식

사실상 시장 실패가 예상되는 현 상황에서 제도적 개입은 필연적

공학적 렌즈

생성 비용의 붕괴

AI로 이미지·영상·음성의 한계 생산비용이 0에 수렴 — 가짜 콘텐츠의 대량 생산이 열림.

검증 비용의 비대칭

만드는 건 기계가 초 단위, 가려내는 건 사람이 건 단위 — 구조적으로 지는 게임.

오탐(false positive)은 미탐(true negative) 필연

플랫폼 AI 판정은 확률 모델. 문제는 오탐이 아니라 오탐 이후 구제 루프의 부재.

사회학적 렌즈

정보 비대칭 → 레몬마켓화

진짜/가짜 구분 불가 → 콘텐츠 시장 전체의 신뢰 하락 → 성실 창작자부터 퇴출되는 역선택.

리스크의 일방적 전가

알고리즘 오판의 비용(수익 정지·노출 누락)을 플랫폼이 아닌 크리에이터가 전액 부담.

시장 실패 = 제도 개입의 근거

자율 교정 유인이 없는 외부효과 — 규제·제도 설계가 정당화되는 지점.

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

크리에이터 258명에게 물었습니다

AI 시대 크리에이터 권익 실태조사 (2026.7.2.~7.8. 온라인) — 앞선 사례들의 구조적 현상여부 검증

조사 기간

2026. 7. 2. ~ 7. 8.

온라인 설문 · 협회 커뮤니티 다중 경로 배포

유효 응답

258명

전원 개인정보 동의 · 중복/빈 응답 0건 검증 완료

문항 구성

15문항 · 5개 영역

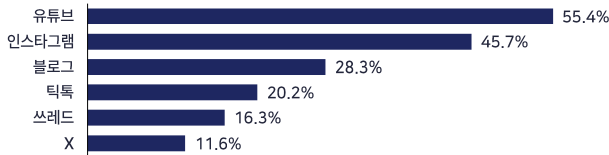
기본 현황 / AI 활용 / 침해 경험 / 제도 평가 / 정책 수요

응답자 특성

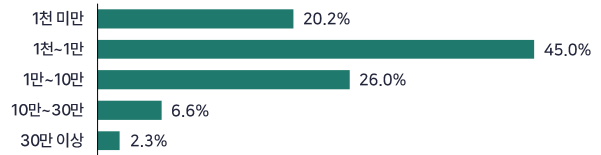
성장기 중소 크리에이터 중심

구독자 1천~1만 45.0% · 1만~10만 26.0% · 활동 1~3년 54.7%

활동 플랫폼 (복수응답, %)



구독자(팔로워) 규모 (%)

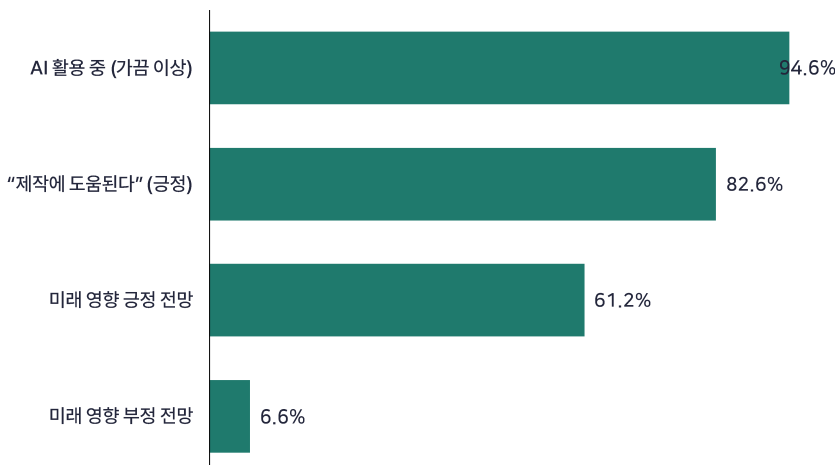


Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

결과 1 | 크리에이터는 AI를 거부하지 않는다

94.6%가 AI를 활용, 82.6%가 “도움된다” — 이후의 보호 요구는 기술 반대가 아니라 사용자의 안전장치 요구

AI 활용·인식 (N=258, %)



절반 이상이 '헤비 유저'

'자주+매우 많이 활용' 56.2%. 기획·썸네일·자막·번역 등 전 공정에서 활용.

부정 전망은 6.6%뿐

AI가 창작에 부정적일 것이라는 응답은 17명 — 기술 거부감은 사실상 없음.

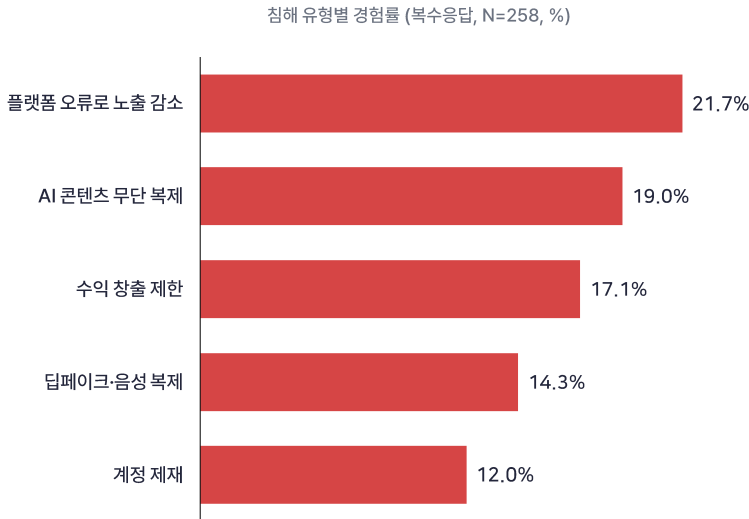
시사점

- 규제 요구는 러다이트가 아님
- 매일 쓰는 사용자의 합리적 안전장치 요구

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

결과 2 | 그러나 10명 중 6명은 이미 피해를 겪었다

AI 콘텐츠 무단 복제 및 딥페이크·음성 복제 등 AI로 인한 침해 비중이 23.3%를 상회.



60.9%

157명이 1개 이상의 권익 침해를 직접 경험 (경험 없음 101명, 39.1%)

피해자 3명 중 1명은 "심각"

피해 경험자 중 36.9%가 피해 정도를 '심각' 이상으로 평가 — 일회성 불편이 아니라 생계에 닿는 손실.

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

결과 3 | 두 가지 측면에서의 피해사례의 구조

플랫폼 알고리즘 리스크 43.0% × AI 도용·복제 리스크 30.2%

축 1 | 플랫폼 알고리즘 리스크

43.0%

111명 / 258명 경험

- 노출 감소 21.7% · 수익 제한 17.1% · 계정 제재 12.0%
- 정상 창작물이 AI 판정 오류로 제재 — 소명 창구 부재
- 간담회 의제: 인간 검수 소명센터 법제화

축 2 | AI 도용·복제 리스크

30.2%

78명 / 258명 경험

- 콘텐츠 무단 복제 19.0% · 딥페이크/음성 복제 14.3%
- 기획·서사·초상·음성이 통째로 복제되는 신종 침해
- 간담회 의제: 표시제 · 퍼블리시티권 · Opt-out

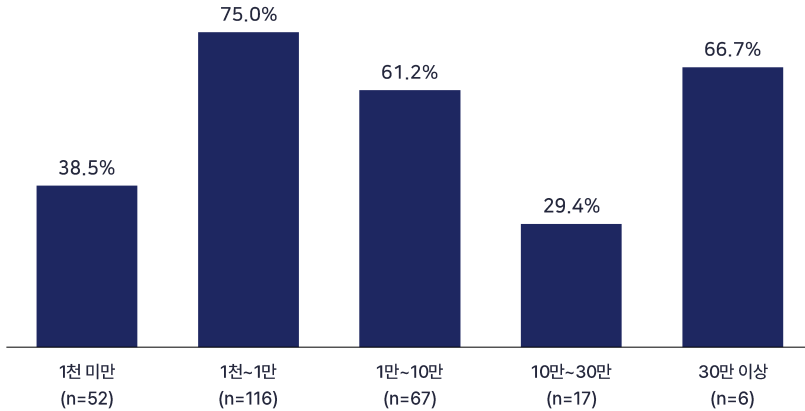
* 두 축 모두 경험한 복합 피해층 32명(12.4%) | 유사 대형 사례: 송림장, 신사임당 채널 AI 영상 무단 복제 의혹 공개 제기 (아시아투데이, 2026.5.22.)

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

결과 4 | 성장 구간(1천~1만)이 최대 피격지대

노출과 수익화가 시작되는 순간 위험도 시작 — 보호 입법은 표본의 45%를 차지하는 성장기 크리에이터의 생존 문제

구독자 규모별 침해 경험률 (%)



* 10만~30만(n=17)·30만 이상(n=6)은 표본 수가 작아 해석에 유의

1천~1만 구간: 75%가 피해

수익화·노출이 시작되는 순간, 복제·알고리즘 리스크에 가장 크게 노출.

'심각 이상' 피해율도 급증

1천 미만 5.8% → 1천~1만 31.9% → 1만~10만 32.8% — 성장할수록 무거워지는 피해.

시사점

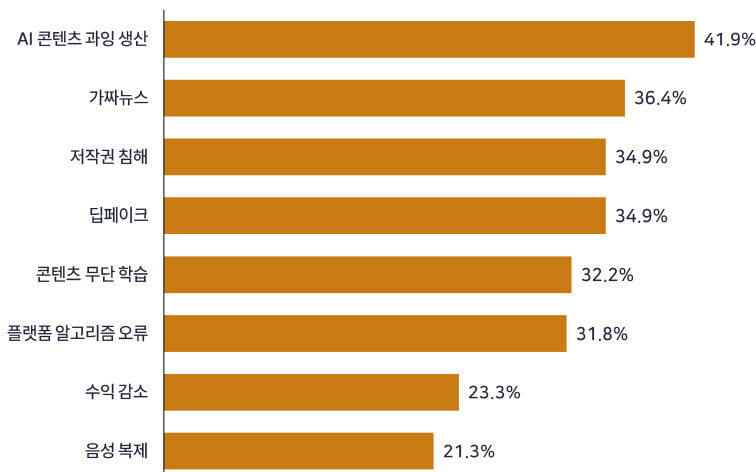
보호 제도의 1차 수혜자는 대형 채널이 아니라 절대다수의 성장기 중소 크리에이터가 될 가능성이 높음.

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

결과 5 | 피해 미경험자조차 전원이 보호 정책을 요구

우려 1위는 딥페이크가 아니라 'AI 콘텐츠 과잉 생산(41.9%)' — 레몬마켓화 진단이 현장 데이터로 검증

AI 시대 가장 우려되는 문제 (복수응답, N=258, %)



우려 1위는 'AI 슬룸'

저품질 AI 콘텐츠 대량 양산이 딥페이크·저작권을 제치고 1위 — 질적 오염이 최대 위협.

미경험자 101명 전원 정책 필요

피해 없는 응답자도 1인 평균 2.2개 정책 선택 — 잠재 불안의 전면화.

시사점

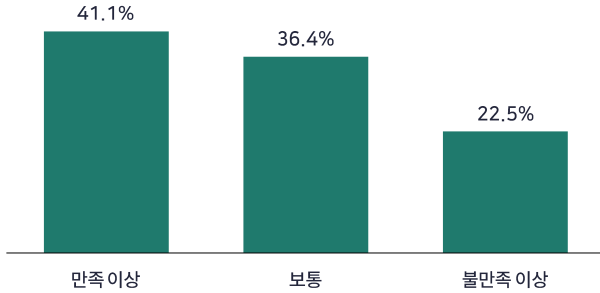
사후 구제만으로 부족 — 예방적·선제적 입법의 골든타임.

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

결과 6 | 구제 절차, “겪어본 사람일수록 불신한다”

전체 만족도는 착시 — 절차를 실제로 거친 집단에서 불만족 1.4배, 인간 검수 법제화 요구로 직결

플랫폼 이외제기 절차 평가 (N=258, %)



표면적으로는 '만족(41.1%)'이 우세해 보이지만 — 대부분은 아직 절차를 써 본 적 없는 응답자.

플랫폼 피해 경험자의 불만족률

27.0%

vs 미경험자 19.0%

절차를 실제로 거친 집단에서 불만족이 1.4배

불만족층의 '인간 검수' 요구율

48.3%

vs 만족·보통층 33.5%

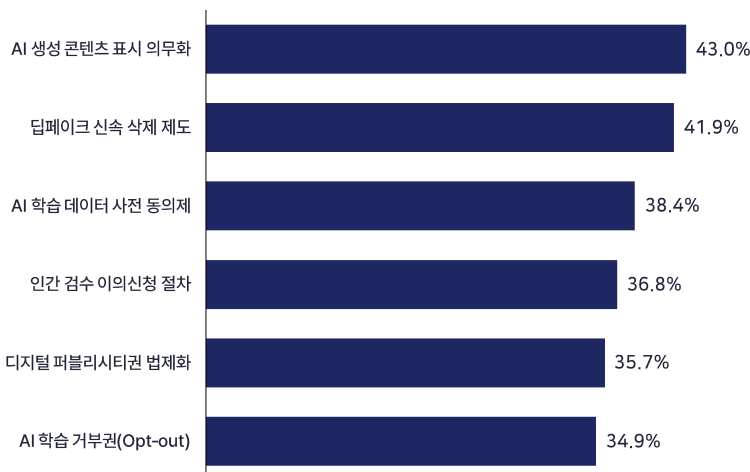
구제 실패 경험이 곧바로 '인간 검수 법제화' 요구로 전환

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

결과 7 | 정책 수요, AI를 잘 쓰는 사람일수록 더 요구한다

6대 정책 모두 35% 이상의 고른 수요 — AI 긍정층이 오히려 더 많은 정책(2.43개 vs 1.71개)을 선택

“반드시 필요한 정책” 선택률 (복수응답, N=258, %)



6대 정책 모두 35% 이상

특정 정책 쓸림 없는 고른 수요 — 개별 규제가 아닌 '패키지 입법' 신호.

AI 긍정층: 평균 2.43개 요구

AI가 도움된다고 답한 집단이 비긍정층(1.71개)보다 42% 더 많은 정책 선택.

시사점

규제 요구 ≠ 기술 반대 — 잘 아는 사용자일수록 더 강한 안전장치를 요구.

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

현장의 목소리 — 자유서술 59건에서

세 증언이 각각 결과 5(AI 슬롭) · 결과 7(학습 보상) · 결과 6(인간 검수)과 정확히 호응

“무분별한 AI 콘텐츠가 우선 노출되어, 순수 창작을 지향하는 크리에이터들이 설 자리를 잃어가고 있습니다. 10년 이상 활동한 사람들이 오히려 밀려나고 있습니다.”

— 블로그·검색 크리에이터 / AI 슬롭 상위노출 문제

“AI 생성물에 크리에이터의 원작을 쓸 때 정당한 대가를 지급하고 출처를 명확히 밝히도록 하는 법적 보상 체계가 마련되어야 합니다.”

— 학습 데이터 보상 요구

“플랫폼 정책을 교묘히 우회하는 저작물은 시스템 검수만으로 부족합니다. 실제 사람이 접수하고 검수하는 제도의 도입이 필요합니다.”

— 인간 검수 제도 요구

※ 별도 피해 사례 제보 14건 접수 — 심층 인터뷰(FGI) 및 정책 백서 수록 예정

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

258명의 데이터가 뒷받침하는 3대 의제별 입법 과제

6대 정책 수요가 모두 35% 이상 — 개별 규제가 아닌 '크리에이터 권익 보호 패키지 입법'으로 접근 필요

의제 1

AI 가짜 콘텐츠 확산 차단

근거 데이터

우려 1·2위: AI 과잉 생산 41.9%
가짜뉴스 36.4% · 딥페이크 34.9%

입법 과제

AI 생성 콘텐츠 표시 의무화 (43.0%, 1위)
딥페이크 신속 삭제·국가 핫라인 (41.9%)

의제 2

알고리즘 오류 규제 공백 해소

근거 데이터

플랫폼 리스크 경험 43.0% (111명)
절차 경험자일수록 불만족 (27.0%)

입법 과제

인간 검수 소명센터 법제화 (36.8%)
부당 처분 시 강제 복구 행정지침

의제 3

무단 학습·복제 방지

근거 데이터

무단 복제 19.0% · 딥페이크 14.3%
피해자의 퍼블리시티권 요구 44.9%

입법 과제

학습 사전 동의제 (38.4%) · Opt-out (34.9%)
디지털 퍼블리시티권 법제화 (35.7%)

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

결론

- 1 크리에이터는 AI의 적이 아니라 최전선 사용자**
94.6% 활용 · 82.6% 긍정 — 보호 요구는 기술 반대가 아닌 사용자의 안전장치 요구.
- 2 침해는 이미 현재진행형이며 구조적이다**
60.9% 침해 경험 · 피해자 3명 중 1명 '심각' · 성장 구간(1천~1만)의 75%가 피격.
- 3 자율 규제에 한계는 데이터로 확인됐다**
절차를 겪은 집단일수록 불신(1.4배) — 표시제·인간 검수·사전동의의 법적 강제가 필요.

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.

참고자료 및 출처

- 1 미출시 차량 AI 예상도 확산 (자동차 시장 교란) — 오토데일리, “스파이샷 담은 현대차 아반떼 플채인지 예상도 등장” (2025.7.27.) — 유튜브 '뉴욕맘모스' AI 렌더링 예상도의 확산 [\[링크\]](#)
- 2 실차 공개 시점 대비 가상 이미지 선행 유통 — 아반떼 CN8 실차: 2026.6.26. 부산모빌리티쇼 세계 최초 공개 — 공개 전 약 1년간 가상 이미지가 '실차'처럼 유통 [\[링크\]](#)
- 3 AI 팩트 짜깁기형 가짜뉴스 (“강남 아파트 944채”) — 오마이뉴스 팩트체크 (2026.5.21.) — 국토부 확인 결과 중국인 매수 5명, 보도 매체는 기사 삭제 [\[링크\]](#)
- 4 AI 기반 콘텐츠 무단 복제 의혹 (송팀장 vs 신사임당) — 아시아투데이 (2026.5.22.) — 구독자 276만 채널의 AI 카피 의혹 공개 제기, 유튜브 삭제 요청 접수 [\[링크\]](#)
- 5 유튜버 너굴몬 — 알고리즘 오인 수익정지 (협회 접수 사례) — 유튜브 채널 '너굴몬' (구독자 43.3만) — 협회 접수 자료 기준, 간담회 현장 증언 세션에서 당사자 직접 소명 [\[링크\]](#)
- 6 정부 수행 1인 미디어 실태조사 (선행 연구) — 과학기술정보통신부, 『미디어 생태계 변화에 따른 1인 미디어 산업 실태조사 체계화 연구』 (2020, KISTI ScienceON) [\[링크\]](#)
- 7 EU AI Act (국제 비교 기준) — Regulation (EU) 2024/1689 — AI 생성물 투명성·표시 의무 등 (EUR-Lex 공식 원문) [\[링크\]](#)
- 8 코딕 실태조사 (본 발제 데이터) — (사)한국디지털콘텐츠크리에이터협회, AI 시대 크리에이터권익 실태조사 (2026.7.2.~7.8., N=258, 정합성 검증 완료) — 원자료 협회 보관

※ 각 링크는 슬라이드쇼 모드에서 클릭 시 원문으로 이동합니다. 조사 원자료 및 문항지는 협회 사무국을 통해 열람 가능합니다.

Copyright© 2026. Metacrowd Corp. All rights reserved.



Q&A

플랫폼 책임 강화와 크리에이터 보호를 위한 글로벌 법제도 개선 및 입법 가이드라인

법률사무소 윤헌 변호사 최 훈 일

2026. 7. 20.

— 제1발제에서 김형진 교수님께서 공학·경영학의 관점에서 진단하신 실태를, 입법의 관점에서 다시 살펴보는 발제입니다 —

발제자 소개

최 훈 일 변호사

법률사무소 윤헌



학력

- 서울대학교 경제학부 (2003)
- 고려대학교 법학전문대학원 (2014)

저서

- 『성공하는 의사들의 의료법 지식 A TO Z』
— 의료광고 규제 편

경력

- 제3회 변호사시험 합격 (2014)
- 법무법인 봄 (2014–2015)
- 법무법인 민주 (2015)
- 법무법인 도시와사람 (2016–2019)
- 주식회사 품예자산운용 대표이사 (2018–2019)
- 법률사무소 윤헌 (2019–현재)
- (사)한국디지털콘텐츠크리에이터협회 고문변호사 (2019–현재)

258명의 데이터는 이미 '무엇을 입법할지' 말하고 있습니다

60.9%

권익 침해 직접 경험 (157/258명)

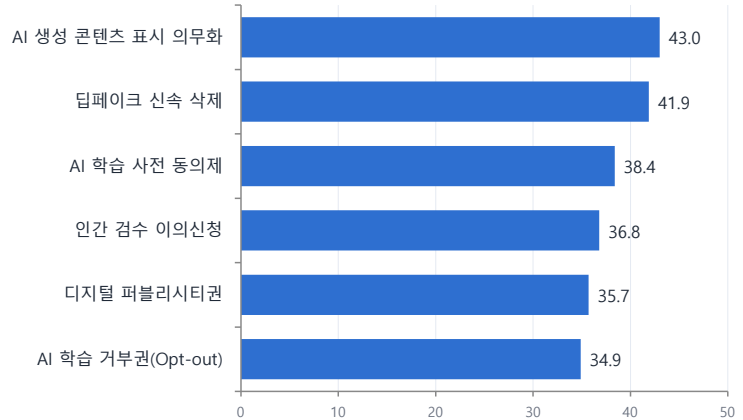
75.0%

성장 구간(구독 1천~1만) 피해율

43.0%

플랫폼 알고리즘 리스크 경험

“반드시 필요한 정책” 선택률 (복수응답, %)



김형진 교수님 실태조사(2026.7., N=258): 크리에이터의 94.6%가 AI를 활용하면서도 6대 보호정책 수요가 모두 35%를 넘었습니다. 보호 요구는 기술 반대
가 아니라 매일 쓰는 사용자의 안전장치 요구입니다.

→ 6대 정책 모두 35% ↑ : 개별 규제가 아닌 '패키지 입법의 필요성'을 알리는 신호

AI 시대 미디어 플랫폼 생태계 보호와 크리에이터 권익 확립을 위한 정책 간담회 · 제2발제

2

문제의 구조

피해의 분류 — 권리 침해와 절차 침해

분류 1 · 권리 침해

AI가 창작물과 정체성을 복제한다

- 콘텐츠 무단 복제 경험 19.0%
- 딥페이크·음성 복제 경험 14.3%
- 무단 크롤링 → 학습 → 스타일·서사 전면적으로 복제
- 저작권법·부정경쟁방지법 해석만으로 포섭 곤란

분류 2 · 절차 침해

알고리즘이 결정하고, 사람은 답하지 않는다

- 플랫폼 오류로 노출 감소 21.7%
- 수익 창출 제한 17.1% · 계정 제재 12.0%
- 제재 사유 미통보, 자동화 봇의 형식 답변
- 소명 창구 부재 → '그림자 규제'로 채널 도태

두 침해를 따로 다루면 실패합니다. 권리 보호 + 절차 보장을 하나의 입법으로 설계해야 합니다.

3대 입법 과제 — 데이터가 요구한 것을 입법으로

1 플랫폼 책임 제도화

- 인간 검수 기반 소명센터 의무화
- 방미통위 행정처분 지침 수립
- 국내대리인 제도 실질화

실태 진단 의제 [2]와 직결

2 디지털 기본권 3종

- AI 워터마크 표시제 확장
- 디지털 퍼블리시티권 법제화
- AI 크롤링 거부권(Opt-out)

실태 진단 의제 [1][3]과 직결

3 글로벌 정합성 로드맵

- EU·미국·중국 규범과 상호운용
- 단기 지침 → 중기 입법 → 장기 통합
- 계도기간 종료(2027) 역산 설계

집행 가능성 중심 설계

PART 1

글로벌 빅테크 플랫폼의 법적 책임 제도화

소명센터 의무화 · 방미통위 행정처분 지침 · 국내대리인 실질화

‘노란딱지’ — 이유도 모른 채 생계가 끊긴다

일 광고수익

150만원 → 18만원

국회 의원실 설문 — 노란딱지(수익화 제한) 피해 채널 사례.
월 350만원 수익 중 200만원 이상이 사라진 채널도 확인.

- 제재 기준 비공개 · 사유 미통보
- 이의신청 횟수 제한, 처리 통상 2주 내외
- 노출 제한(그림자 규제) → 채널 자체 도태

실태조사가 확인한 구조 (N=258)

- 이의제기 절차를 실제 겪은 집단의 불만족이 1.4배
(경험자 27.0% vs 미경험자 19.0%)
- 불만족층의 48.3%가 ‘인간 검수’ 법제화 요구
(만족·보통층 33.5%의 1.4배 — 구제 실패 경험이 곧 입법 수요)
- 현행 이의신청은 자동화 봇이 형식 답변 — 구제 절차로 기능 상실

자율 규제의 한계는 이미 데이터로 확인됐습니다 — 법적 강제가 필요한 지점입니다.

AI 시대 미디어 플랫폼 생태계 보호와 크리에이터 권익 확립을 위한 정책 간담회 · 제2발제

6

EU DSA의 3단 구제 구조 — 그리고 그것이 작동한다는 증거

제17조

진술 이유
(Statement of Reasons)

삭제·정지·수익제한 시
구체적 사유 명시 의무



제20조

내부 이의제기
(Internal Complaint)

최소 6개월 보장 · 무료
§20(6) 자동화 단독결정 금지



제21조

법정 외 분쟁해결
(Out-of-Court)

인증기구가 90일 내 결정
(복잡 사안 최대 180일)

75%+

DSA 인증 분쟁해결기구 Appeals Centre Europe: 처리 분쟁 1,500건 중 4분의 3 이상에서 플랫폼 원 결정 반복

사람이 다시 들여다보면 자동 결정의 상당수가 틀렸다 — 소명 절차는 형식이 아니라 실질적 구제 수단입니다.

인간 검수 기반 소명센터 의무화 — 조문의 4대 골격

1 사유의 구체적 명시

제재 시 사실관계·적용 정책·자동화 개입 여부를 통지. ‘커뮤니티 기준 위반’식 모호한 통보는 기준 미달로 간주

2 인간 재검토 청구권

한국어 기반 인간 검수자가 배치된 국내 소명 창구 운영. 자동화 봇 응답만으로는 의무 불이행

3 자동화 단독결정 금지

수익정지·계정해지 등 중대 조치는 적격 인력의 감독·승인 필수 (DSA §20(6)의 한국화)

4 처리기한 · 로그 보전

접수 후 기한 내(예: 30일) 결과 통지. 결정 로그·신고내역·해시 3년 보존 → 입증 가능성 확보

근거 법률: 정보통신망법 또는 전기통신사업법 신설 | 대상: 대규모 온라인 플랫폼(MAU 등 대통령령 기준) | 위반 시 시정명령·과징금

방미통위 행정처분 지침

왜 방미통위인가

- 2025.10. 방송미디어통신위원회 출범 — 방송·미디어·통신 통합 규제기관
- AI 이용자 보호 종합계획, 온라인 불법정보 사업자 책임 강화를 정책과제로 제시
- 법률 개정 없이도 지침 제정으로 선제 대응 가능 — 가장 빠른 실행 카드

지침 구성 요소	내용
위반 유형의 법정화	인간검수 미 실시 · 이유통지 누락 · 처리기한 초과 · 수익환급 미 이행 · 국내대리인 부재
처분 기준	기본점수 + 가중·감경 사유 방식 → 예측가능성 확보. 1차 시정명령·공표 → 2차 매출연동 과징금 → 반복 시 서비스 제한
과징금 산정	위반 중대성 · 피해 크리에이터 수 · 국내 매출 규모 종합 고려
가중 원칙	생계 직결인 수익정지는 단순 삭제보다 한 단계 높은 기준 적용

※ 한계: 대법원 2023.12.21. 선고 2020두50348 판결(페이스북 사건)의 엄격해석 법리상 현행 조항만으로는 집행력에 한계 — 소명센터 의무화의 안정적 근거는 중기 법률 개정으로 완성 (지침 = 선제 대응 카드)
AI 시대 미디어 플랫폼 생태계 보호와 크리에이터 권익 확립을 위한 정책 간담회 · 제2발제

국내대리인 제도 실질화 — ‘우편 수령 대리인’을 책임 주체로

현행의 형해화

- 근거: 정보통신망법 §32조의5 · 개인정보보호법 §31조의2 · 전기통신사업법 §22조의8
- 글로벌 빅테크가 외부 업체를 형식적 대리인으로 지정 — ‘단순 연락 전달’ 역할에 그침
- 이용자 문의에 ARS만 응답, 피해구제 기능 사실상 부재
- 규제당국 실태점검의 법적 근거도 미비 — 자율 협조 의존

개정 방향

- 소명센터 운영·시정명령 이행의 실질적 책임 주체로 명문화
- 시정명령 이행 결과(언제·어떻게)의 의무 통보 — 이행 확인 공백 제거
- 규제기관과의 인적·기술적 ‘하라인’ 등록 의무화, 실태점검 법적 근거 신설
- 대리인 위반을 본사 행위로 간주하는 연대책임 구조 검토
- 선례: 개정 개인정보보호법(2025.10. 시행) — 지배력 있는 국내 법인 중 지정 의무화

PART 2

새로운 디지털 기본권의 확립

AI 워터마크 표시제 · 디지털 퍼블리시티권 · AI 크롤링 거부권(Opt-out)

AI 생성 콘텐츠 '디지털 워터마크' 표시제 — 유통 단계까지

현황

- AI기본법 §31 시행 (2026.1.22)
- 가시적 표시 + 기계판독(C2PA·메타데이터) 이원화
- 위반 시 시정명령 → 최대 3,000만원 과태료
- 1년 이상 계도기간 운영 중

한계

- 의무 주체가 'AI사업자' 한정
- 유통 플랫폼·최종 이용자는 표시 의무 없음
- 표시 제거·변조 행위 규율 공백
- 실제 제재는 2027년 이후로 지연

개선 입법

- 유통 플랫폼의 표시 유지·검증 의무 신설
- 표시 제거·변조 금지 + 별도 제재
- 생성자-배포자-플랫폼 공동책임 구조
- 예술·풍자물은 완화 표시 허용 (딥페이크는 예외 없음)

벤처마크: 중국 「AI 생성·합성 콘텐츠 표시방법」+강제 국가표준 GB 45438-2025 (생성자·플랫폼·이용자 모두 의무, 2025.9. 시행) · EU AI Act §50 (2026.8. 시행)

디지털 퍼블리시티권 — 목소리와 얼굴은 그 자체가 자산이다

현행법의 두 가지 공백

- 부정경쟁방지법 §2 제1호 (파)목(구 (타)목): '국내에 널리 인식' 요건 → 무명·성장기 크리에이터 보호 취약
- 행위 규제일 뿐 '권리'가 아님 → 양도·상속·존속기간 불명확. 법원도 "입법 필요" 취지 판시

입법 방향 — 민법 '인격표지영리권'

유명 여부 불문 모든 개인 · 사후 30년 보호 · AI 음성·초상 복제(보이스 클로닝·딥페이크)를 명시적 침해 유형으로 규정 · 침해예방·제거청구권으로 가처분 기반 확보 · 법정손해배상 도입 검토

해외는 이미 움직였다

- 美 테네시 ELVIS Act (2024.7. 발효)

세계 최초 AI 음성 복제 명시 금지 — 상·하원 만장일치. 복제물 제작뿐 아니라 '복제 도구 공급자'까지 책임 확장

- 美 연방 NO FAKES Act

2025.4. 제발의 → 2026.5. 상원 법사위 만장일치 통과 (심의 중)

- 美 TAKE IT DOWN Act

비동의 친밀 이미지 48시간 내 삭제 의무 — 2026.5.19.부터 플랫폼 집행

AI 크롤링 거부권(Opt-out) — TDM 면책과 '한 쌍'으로 설계

설계 3원칙 (EU DSM 지침 §4 + AI Act §53 모델)

1 권리유보의 법적 유효화

robots.txt-메타태그 등 기계판독 방식 거부 표시를 법적으로 유효한 opt-out으로 인정 — 무시하고 수집하면 침해로 의제

2 사업자 준수 의무

수집 전·재학습 시점마다 신호 확인, 분쟁 시 '수집 시점 준수 로그' 제출 의무

3 학습데이터 투명성

훈련데이터 요약 공시 의무 — 입증 불가능 구조 해소, 플랫폼의 크리에이터 콘텐츠 학습 활용 시 사전 동의·보상 기준

왜 지금, 왜 이렇게인가

- 우리 저작권법엔 TDM 면책도, opt-out도 없다

거부권 없는 면책만 도입하면 '합법적 무단 학습'이 됨

- robots.txt만으로는 부족

美 법원, 저작권법상 기술적 보호조치로 불인정 — '출입금지 표지판'에 법적 강제력을 부여하는 입법 필요

- 영국의 교훈

상업용 TDM 전면 면책 추진 → 창작자·의회 반발로 철회 → opt-out 절충 모델로 선회. 거부권을 뺀 진흥책은 실패한다

PART 3

글로벌 입법 동향과 한국의 로드맵

EU는 구조 · 미국은 규제 · 일본은 예외 · 한국은 표시만 — 남은 공백을 패키지로

각국은 어디까지 갔는가 (2026. 7. 기준)

관할	규범	핵심 내용	현황
EU	AI Act §50-§53	AI 생성물 기계판독 표시·딥페이크 표시, GPAI 훈련데이터 요약 공시·저작권 준수정책	§50: 2026.8. 시행 (최대 €1,500만 / 매출 3%)
EU	DSA §17-20-21	이유제시 · 내부 이의제기(인간개입) · 법정외 분쟁해결	시행 중 — 원결정 75%+ 반복 실적
미국	ELVIS · NO FAKES · TAKE IT DOWN	음성 포함 정체성 보호, 복제 도구 공급자 책임, 48시간 삭제 의무	ELVIS 발효 · NO FAKES 상원 법사위 통과 · TAKE IT DOWN 집행 중
중국	AI 표시방법 + GB 45438-2025	생성자·유통 플랫폼·이용자 소유체 표시 의무 (강제 국가표준)	2025.9. 시행
일본	저작권법 §30조의4	AI 학습에 넓은 예외 — 창작자 통제권은 상대적으로 약함	문화청 해석 유지
한국	AI기본법 §31	AI 생성물 표시 의무 — 단, 주체가 사업자 한정	2026.1. 시행 (계도기간 중)

공통분모는 하나 — 플랫폼과 AI에 ‘절차적·투명성 의무’를 부과한다. 한국의 빈칸: 소명절차 · 퍼블리시티권 · Opt-out

AI 시대 미디어 플랫폼 생태계 보호와 크리에이터 권익 확립을 위한 정책 간담회 · 제2발제

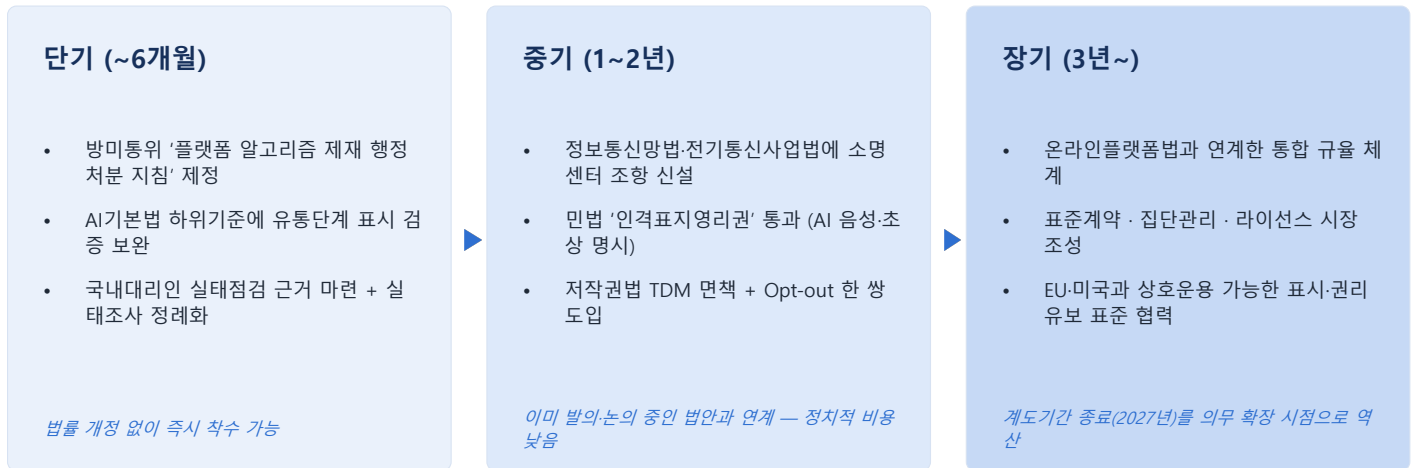
금지가 아니라 ‘설명과 동의’ — 위험기반 규제로 답한다

“혁신이 위축된다” 대규모·고영향 플랫폼 우선 적용, 스타트업 유예기간 + 표준도구 제공. 장기적으로 라이선스 데이터·검증 인프라 시장 창출	“표현의 자유 침해” 예술·풍자·허구 표현엔 예외 — 단, ‘생성·조작 사실의 공개’만 유지. 삭제명령엔 사법 통제 병행 (독일 NetzDG 과잉삭제의 교훈)
“워터마크는 지워진다” 단층이 아닌 다층 구조 — 가시 표시 + C2PA 메타데이터 + 내재형 워터마크. 제거·변조 자체를 금지·제재	“해외 플랫폼엔 집행 불가” 국내대리인 실질화 + 이행보고 의무 + 공시 의무. 앱마켓·광고·결제망 연계 제재로 다층 집행

생성 자체를 막는 것이 아니라 — 누가 만들었는지, 무엇을 학습했는지, 왜 삭제했는지, 어떻게 다룰 수 있는지를 법으로 강제하는 것

AI 시대 미디어 플랫폼 생태계 보호와 크리에이터 권익 확립을 위한 정책 간담회 · 제2발제

단기 지침 → 중기 입법 → 장기 통합



결론

크리에이터 보호는 규제가 아니라 산업 육성입니다

1	플랫폼 책임 제도화	소명센터 의무화 + 방미통위 행정처분 지침 + 국내대리인 실질화
2	디지털 기본권 3종	워터마크 표시제 유통 확장 + 디지털 퍼블리시티권 + AI 크롤링 Opt-out
3	글로벌 정합성 로드맵	단기 지침 → 중기 입법 → 장기 통합, 국제 규범과 상호운용

산업 매출 5.3조원, 그 주역의 83.5%가 5인 미만 영세 사업자입니다. 신뢰할 수 있는 창작 환경이 곧 K-콘텐츠의 미래입니다.

감사합니다

Q & A

법률사무소 윤현 · 변호사 최훈일