

방통융합정책연구 KMCC-2025-26

AI기술을 활용한 방송 콘텐츠 제작 현황 분석 및 신뢰도 확보 방안 연구

(Analysis of Current Broadcasting Content Production Using
AI Technology and Research on Securing Reliability)

천혜선 외

2025. 12

연구기관 : (유)디지털산업정책연구소



방송미디어통신위원회
Korea Media and Communications Commission

이 보고서는 2025년도 방송미디어통신위원회 방송통신발전기금
방송통신 융합 정책연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의
견해이며, 방송미디어통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

방송미디어통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『AI기술을 활용한 방송 콘텐츠 제작 현황 분석 및 신뢰도 확보 방안 연구』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2025년 12월

연구기관 : 유한회사 디지털산업정책연구소

총괄책임자 : 천혜선

참여연구원 : 이현주

이수연

김나은

서정식

목 차

요 약 문	vii
제1장 서 론	1
1. 연구의 필요성	1
2. 연구의 목적과 범위	2
제2장 방송분야 인공지능 활용 현황과 전망	3
제1절 국내외 방송에서의 인공지능 도입 현황 실태조사 및 분석	3
1. 방송 특화 AI기술 개발 및 활용 현황	3
2. 방송 분야 업무 프로세스별 AI 활용 주요 사례	9
제2절 방송 분야의 인공지능 활용에 따른 영향 분석	31
1. 방송 영상 제작 워크플로우별 AI 활용에 따른 영향 분석	31
2. TOE프레임워크 기반 방송분야 AI활용 역기능 분석	41
제3장 방송분야 인공지능 관련 국내·외 정책 동향 분석	46
제1절 포괄적 규범으로서 AI활용에 관한 법률과 규칙 제정 동향 분석	46
1. 해외 주요국의 AI기술에 관한 포괄적 규범 수립 현황	46
2. 국내 인공지능 기술개발·활용에 관한 포괄규범 추진 동향	57
3. 포괄적 규범의 방송분야 인공지능 개발·활용에 대한 시사점	65
제2절 방송분야 AI윤리 규범 추진 동향 분석	68
1. 주요국의 방송분야 AI윤리 규범 추진 동향	68
2. 국내외 방송·미디어 분야 사업자의 AI자율규범 추진 사례	79
3. 방송·미디어 분야 AI활용규범 추진동향의 한계와 과제 발굴	99

제 4장 인공지능 시대 방송신뢰도 확보를 위한 정책방향	107
제 1절 규범적 차원의 과제	107
1. 방송분야 AI윤리 규범의 성격	107
2. 방송분야 AI윤리 규범의 지향 목표 설정	108
3. 방송분야 역기능에 대응한 윤리원칙	116
4. 업계 자율규범 수립 체계	123
제 2절 기반 조성 차원의 과제	125
1. AI시대에 부합하는 방송사의 조직전환 지원	125
2. 방송분야 특화 AI 윤리 전문가 양성	128
참 고 문 헌	131
별 첨 자 료	138

표 목 차

<표 2-1> 유럽 의회 ‘시청각 부문의 인공지능 사용’ 보고서	3
<표 2-2> 방송 분야 AI 기술의 영역별 분류 및 활용 현황	5
<표 2-3> 방송사업자별 방송 콘텐츠 전 단계 AI 활용 비중	7
<표 2-4> 방송사별 AI 전담 부서 현황	8
<표 2-5> 워크플로우별 AI 기술 적용 업무 가능성	10
<표 2-6> 지상파 3사 AI 전담 부서	21
<표 2-7> 워크플로우 단계별 방송분야 AI활용에 따른 긍정적 영향	33
<표 2-8> 워크플로우 단계별 방송분야 AI활용에 따른 부정적 영향	39
<표 2-9> TOE프레임워크에 따른 방송분야 역기능 분류표	43
<표 3-1> OECD의 「인공지능 권고안」의 주요원칙과 핵심내용	49
<표 3-2> 「인공지능(AI) 윤리기준」의 10대 핵심요건	58
<표 3-3> 「생성형 인공지능 서비스 이용자 보호 가이드라인」 주요 내용	62
<표 3-4> 인공지능 윤리 포괄규범의 주요원칙과 방송분야 시사점	67
<표 3-5> Ofcom의 방송사업자를 위한 권고 주요 내용	69
<표 3-6> 노스캐롤라이나 주의 HB375법안에 따른 정치광고 고지의무	75
<표 3-7> 유럽방송연합(EBU)의 「생성형 AI와 공영미디어 가이드」 주요 내용	80
<표 3-8> 영국 BBC의 AI사용에 관한 원칙과 추론가능한 행위 지침	83
<표 3-9> 영국 BBC의 AI투명성 지침의 AI사용 공개공식	84
<표 3-10> BBC AI투명성 지침의 AI사용 공개 예시문	84
<표 3-11> 호주 ABC의 AI원칙	85
<표 3-12> 호주 ABC 방송콘텐츠에서 AI도구 사용에 관한 권고 중 편집정책	86
<표 3-13> 생성형AI 활용에 관한 미국 PBS의 편집표준 적용 안내	88
<표 3-14> NPR의 생성형 AI 활용 가이드라인	92
<표 3-15> 대만 공영방송재단의 AI활용 가이드라인	93
<표 3-16> 캐나다 CBC의 인공지능에 대한 우리의 접근 방식	97

<표 4-1> 기술적 차원에서 발생할 수 있는 방송분야 역기능과 윤리원칙	117
<표 4-2> 조직적 차원에서 발생할 수 있는 방송분야 역기능과 윤리원칙	118
<표 4-3> 환경적 차원에서 발생할 수 있는 방송분야 역기능과 윤리원칙	120
<표 4-4> 현행 방송·미디어·콘텐츠 분야 인력 양성 교육 운영 현황	127

그 립 목 차

[그림 2-1] 방송영상 워크플로우 단계	9
[그림 2-2] CJ올리브네트웍스의 AI기반 영상 자동 편집	14
[그림 2-3] AI활용 광고 영상 제작 사례	14
[그림 2-4] ‘밤양갱’ AI 커버영상	15
[그림 2-5] VisionAI 기술 객체 인식/분석 작동방식	17
[그림 2-6] BBC 오리엘 프로젝트	18
[그림 2-7] 로이터 커넥트 화면	18
[그림 2-8] ‘Cuestión Pública’ 의 정부인사 정보 제공 화면	19
[그림 2-9] 넷플릭스 콘텐츠 추천화면	20
[그림 2-10] 버티고(VERTIGO) 소개	22
[그림 2-11] 버티고(VERTIGO) 시리즈	23
[그림 2-12] KBS AI 활용사례	24
[그림 2-13] MBC ‘PD가 사라졌다!’	26
[그림 2-14] MBC AI 활용사례	27
[그림 2-15] MBC 드라마 대장금(2003년작)의 AI영상화질 개선 비교	28
[그림 2-16] SBS AI 통합플랫폼 인물 검색 화면	29
[그림 2-17] MBC <심야괴담회> AI 재연연상에 대한 시청자 의견	35
[그림 2-18] 트럼프 전 대통령이 앤서니 파우치 전 전염병연구소장을 껴안는 가짜 사진	36
[그림 2-19] 뉴스 자료화면의 AI사용 표시마크 비교(방송영상 VS 세로영상클립)	37
[그림 2-20] 프로그램별 AI사용 표시마크	38
[그림 3-1] 「생성형 인공지능 서비스 이용자 보호 가이드라인」 기본원칙	60

요 약 문

1. 제 목

AI기술을 활용한 방송 콘텐츠 제작 현황 분석 및 신뢰도 확보 방안 연구

2. 연구 목적 및 필요성

인공지능 기술이 방송 콘텐츠의 기획부터 유통까지 전 과정에 도입되는 등 방송분야에서의 AI활용이 증가하고 있다. 이러한 AI의 도입은 방송산업 패러다임을 근본적으로 변화시키고 있다. 생성형 AI의 발전은 제작 효율성과 서비스 다양성을 향상시키는 기회를 제공하지만, 동시에 구분별한 AI활용은 방송매체의 고유의 공적 책임과 신뢰성을 저해할 위험이 존재한다. 방송은 여론 형성과 민주주의 발전에 중요한 공적 책임을 지닌 매체인 만큼, AI 시대에도 그 신뢰성을 보장할 수 있는 방안 마련이 필요하다. 따라서 본 연구는 국내 방송분야의 AI 기술 활용 현황을 체계적으로 파악하고 기술 변화로 인해 발생할 수 있는 방송매체 신뢰도와 안정성 문제 등의 역기능을 예측 분석하고자 한다. 이를 토대로, 국내외 규범 동향을 비교 검토하여 방송 분야의 특수성을 반영한 실효성 있는 정책 방안을 수립하는 것을 목표로 한다.

3. 연구의 구성 및 범위

본 연구는 ①서론, ②방송분야 인공지능 활용 현황과 전망, ③방송분야 인공지능 관련 국내·외 정책 동향 분석, ④인공지능 시대 방송신뢰도 확보를 위한 정책 방향의 총 4개의 장으로 구성된다.

제1장은 국내 방송분야의 AI 기술 활용 현황을 체계적으로 분석하고, 방송콘텐츠의 신뢰도 확보를 위한 구체적이고 실효성 있는 정책 방안을 제시하기 위한 연구의 필요성과 목표에 대해 설명한다. 제2장 현황분석 단계에서는 국내외 방송 분야의 인공지능 도입 현황과

프로세스별 활용 실태를 상세히 파악한다. 특히 AI 기술이 방송의 기획, 제작, 송출 각 단계에 어떻게 적용되고 있으며, AI도입으로 인해 기술적, 조직적 환경적 측면에서 어떠한 역기능이 발생할 수 있는지를 분석한다.

제3장은 정책동향 분석 단계로, 국제기구 및 주요국의 포괄적 AI 규범, 방송분야에 특화된 AI 윤리규범, 국내외 방송사업자의 자율규범을 비교 검토한다. 이를 통해 글로벌 수준의 AI 규범이 국내 방송 환경에 어떻게 적용 가능한지, 그리고 방송의 공공성과 문화적 특수성을 반영한 국내 규범의 정합성을 어떻게 확보할 것인지를 진단하고 향후 정책과제를 도출한다. 제4장은 정책제언 단계에서는 앞선 분석을 토대로 AI 기술의 역기능을 방지하면서도 순기능을 극대화할 수 있는 균형 잡힌 정책 방향을 수립한다.

4. 연구 내용 및 결과

가. 방송분야 인공지능 활용 현황과 전망

방송 산업에서 AI 기술은 단순 예측 모델을 넘어 생성형 AI로 진화하며 콘텐츠 제작 전 과정에 걸쳐 활용되고 있다. 기획 단계의 시청률 예측, 제작 단계의 자동 영상 편집(KBS '버티고'), AI PD 활용(MBC '엠과고'), 유통 단계의 개인화 추천 서비스 등이 대표적인 사례이다. 그러나 이러한 기술 도입은 정보 오류 및 편향성 확산, 저작권 및 초상권 침해, 제작 인력의 역할 변화와 같은 다양한 역기능을 동반하고 있다.

이에, 본 연구는 방송 산업 내 AI 기술 도입에 따른 잠재적 리스크를 입체적으로 진단하기 위해, 방송산업의 워크플로우 단계별로 도출된 역기능을 TOE 프레임워크를 기반으로 기술적, 조직적, 환경적 차원에서 분석하였다. 분석결과, 기술적 차원에서는 AI의 불완전성과 오용에 따른 '신뢰성 문제'가 핵심 쟁점으로 도출되었다. 조직적 차원에서는 인간의 검증 약화로 인한 '거버넌스 공백'과 자본력 차이에 따른 '제작 환경의 양극화'가 주요 과제로 나타났다. 마지막으로, 환경적 차원에서는 제도적 기준 미비와 글로벌 모델 의존에 따른 '로컬 콘텐츠의 정체성 약화' 및 '공익적 가치 훼손' 가능성이 진단되었다.

나. 방송분야 인공지능 관련 국내·외 정책 동향 분석

방송 산업의 AI 규범은 글로벌 포괄적 규범의 확산과 주요 방송사들의 자율 가이드라인 제정을 중심으로 점차 체계화되고 있다. EU의 「인공지능법(AI Act)」과 OECD 인공지능 권고안 등 국제사회는 신뢰할 수 있는 AI를 위한 인간 중심적 접근을 강화하고 있으며, 국내에서도 「인공지능(AI) 윤리기준」 및 「생성형 인공지능 서비스 이용자 보호 가이드라인」을 통해 기술 혁신과 이용자 보호 간의 균형을 모색하고 있다. 주요국 방송사들의 가이드라인은 자신들이 속한 문화권, 법적환경, 조직의 특성을 반영하면서도 글로벌 차원에서 AI 규제에 대한 기본적인 합의를 형성하고 있다. 특히, 주요국 공영방송사들이 발표한 AI 가이드라인은 공통적으로 인간중심, 정확성, 투명성, 공정성, 권리보호, 공적가치 구현 등 6가지 원칙을 공유한다. 이러한 규범적 흐름은 오랜기간 방송분야에서 확립된 방송 저널리즘 가치가 AI 시대에도 지속되어야 한다는 공감대가 형성되어 있다. 정확성(accuracy), 공정성(impartiality), 편집 독립성(editorial independence)과 같은 전통적 저널리즘 원칙이 AI 기술 도입에도 불구하고 여전히 핵심 가치로 인정받고 있으며, 편집원칙과 방송표준에 AI 기술 활용을 포괄하려는 움직임이 나타나고 있다.

본 연구는 국내외 정책 동향과 사업자별 자율 규범을 분석하여 방송 분야에 특화된 대응 체계를 도출하였다. 국내에서도 방송사업자들에게 신뢰할 수 있고 안전한 AI활용 문화 조성을 정착시키기 위해서는, 영국 OFCOM의 사례와 같이 기존의 방송법령과 자율적 규범간의 조화로운 접근이 요구된다.

또한, 기존 규정의 실효적 적용을 담보하기 위해서는 내부 컴플라이언스 체계를 통해 자율규제를 제도화하는 등 ‘절차적 통제’가 가이드라인에 포함될 필요가 있다. 이러한 접근 방식은 ‘기존 규정 + 절차적 통제’라는 이중 구조를 통해 규제의 공백을 메우는 동시에, 규제 입법 이전에 업계 표준을 선제적으로 제시하는 효과를 갖는다. 이는 공영방송이 법적 강제를 기다리기보다 자율규제를 통해 사회적 신뢰를 확보하는 전략이자, 향후 국가 차원의 입법이 참고할 수 있는 산업 모범 사례로 평가될 수 있다.

다. 인공지능 시대 방송신뢰도 확보를 위한 정책방향

인공지능 시대 방송신뢰도 확보를 위한 방송 분야 AI 윤리 규범은 기술 혁신을 저해하지 않으면서도 방송의 공적 책임을 유지할 수 있도록, 자율규제 중심의 원칙 기반 접근과 연성규범(Soft Law)의 성격을 지향할 필요가 있다. 이는 방송사업자가 AI 기술의 개발자가 아닌 사용자이자 배포자라는 특수한 지위에 있기 때문이다. 실제로 BBC, ABC, PBS, NHK, CBC 등 해외 주요 방송사들은 포괄적 규범과 해외사례를 토대로 각 방송사가 자체적으로 AI 윤리 가이드라인을 수립하고 이를 기존의 편집 기준에 통합하는 방식으로 구체적인 실행 체계를 마련하고 있다. 따라서, 방송분야 AI 윤리 규범은 방송사업자의 자율적 규율 수립을 지원하고, 산업 전반에 적용 가능한 공통 원칙과 모범 사례를 제시하는 가이드선으로 기능하는 것이 바람직하다.

따라서, 방송분야 AI 윤리 규범의 지향 목표는 사업자들의 자발적 참여와 합의에 기반하여 설정되어야 하며, 각 사업자가 자율적으로 구체적 실행 체계를 마련할 수 있도록 모범적 원칙을 제시하는 성격을 지닐 필요가 있다. 또한, 방송분야의 AI 윤리 원칙은 AI 윤리에 관한 포괄적 규범과 방송사업자 연합체가 자율적으로 추진하고 있는 원칙들을 포용하되, 동시에 AI 기술 사용에 대한 규범이나 행위 기준들이 방송법 제1조가 지향하는 핵심 가치—즉 “방송의 자유와 독립을 보장하고 방송의 공적 책임을 높임으로써 시청자의 권익보호와 민주적 여론형성 및 국민문화의 향상을 도모하고 방송의 발전과 공공복리의 증진에 이바지”하는 것—를 충실히 반영하도록 구성되어야 한다. 이에 따라 AI 기술을 활용한 방송 프로그램 제작에 있어서도 방송법에서 규정한 가치와 책무가 지속적으로 유지됨을 재확인하는 것이 규범의 출발점이 되어야 한다.

즉, 방송분야 AI 윤리 규범은 ① 방송의 신뢰도 확보를 위한 원칙을 수립하고, ② 투명성과 시청자 알권리 보호를 위한 최소 기준을 제시하며, 그리고 ③ 편집 책임성 명확화를 핵심 축으로 삼아야 한다. 이를 위해 방송 신뢰도 확보를 위한 6대 핵심 원칙(인간 중심, 정확성, 투명성, 공정성, 윤리적 활용, 책임성)을 정립하고, 특히 AI 생성 콘텐츠에 대한 최종 편집 책임이 방송사에 있음을 명확히할 필요가 있다. 투명성 확보에 있어서는 콘텐츠의 성격과 공익적 중요성을 고려하여 뉴스와 시사 보도 등에는 엄격한 공개 기준을 적용하고, 엔터테인먼트 영역에는 보다 유연한 자율성을 부여하는 맥락적·단계적 접근이 요구된다.

또한, 이러한 핵심 목표를 실현하기 위해서는 제3장에서 도출한 역기능 유형에 체계적으로 대응하는 윤리원칙 수립이 필요하다. 이에 본 연구는 방송법상 가치와 책무의 지속, 인간 중심과 편집 책임, 정확성과 신뢰성, 투명성과 시청자 알권리, 공정성과 다양성, 권리 보호와 윤리적 활용, 법령 준수, AI 기술 혜택에 대한 인식 등 여덟 가지 윤리원칙을 도출하였다. 이들 원칙은 상호 배타적이기보다는 유기적으로 연결되어 있으며, 하나의 역기능에 복수의 원칙이 대응하는 중첩 구조를 형성한다. 이는 AI 기술 활용에 따른 역기능이 단일 요인이 아니라 복합적인 요인에 의해 발생하며, 이에 대한 대응 또한 다층적 접근이 필요함을 시사한다.

본 연구는 이러한 규범적 가치를 실현하기 위한 구체적인 정책 과제도 제시하였다. 규범적 차원에서는 업계 단체가 주축이 되는 공동 워킹그룹을 운영을 통해 실무 가이드스와 모범 사례를 축적하는 자율규범 수립 체계 마련을 강조하였다. 또한, Public Media Alliance, EBU 등 해외 방송사업자 연합체의 모델을 참조하여 자율규제 사례를 공유하고 확산하기 위한 플랫폼 구축을 추진할 필요가 있다.

기반 조성 차원에서는 방송사의 내부 컴플라이언스 체계 구축과 책임체계 명확화 등을 지원하는 조직 전환 컨설팅의 필요성을 제기하였으며, 개별 제작인력 대상 교육을 넘어, 조직 전체의 AI 수용력을 제고하기 위한 맞춤형 커리큘럼 개발과 함께 각 방송사의 특성에 부합하는 컨설팅 병행의 중요성을 강조하였다. 나아가 방송 현장에 특화된 AI 리터러시 교육을 강화하고, 방송의 공적 가치와 기술적 전문성을 겸비한 방송 특화 AI 윤리 전문가를 양성·인증함으로써, 방송 산업이 AI 기술의 순기능을 극대화하면서도 사회적 신뢰를 공고히 할 수 있는 정책적 기반을 마련할 필요가 있다.

5. 정책적 활용 내용

본 연구 결과는 ‘AI 활용 방송의 신뢰성 확보’를 위한 가이드라인 마련에 활용될 수 있다. 특히, AI 활용 콘텐츠 제작 실태조사 및 신뢰성 확보를 위한 가이드라인 개발, 방송사의 자율규범 수립 지원 등을 통해 방송 산업의 혁신성과 공공성을 동시에 보장하는 정책 수단으로 활용이 가능하다.

6. 기대효과

본 연구는 AI 시대 방송매체의 신뢰성 확보를 위한 정책 방향성을 설정하는 데 중요한 참고자료로 활용될 수 있다. 방송사들이 AI 기술을 도입하고 활용하는 과정에서 참고할 수 있는 구체적인 국내외 사례와 시사점을 제공함으로써, 개별 방송사의 실효성 있는 자율규범 개발에 기여한다.

제 1 장 서 론

1. 연구의 필요성

인공지능 기술은 방송 콘텐츠의 기획에서 제작, 유통, 최종 서비스에 이르는 전 과정에 급속도로 도입되면서 방송 산업의 패러다임을 근본적으로 변화시키고 있다. 생성형 AI의 발전으로 콘텐츠 제작 방식이 획기적으로 혁신되는 가운데, 이러한 기술 변화는 방송의 제작 효율성과 서비스 다양성을 크게 향상시킬 수 있는 기회를 제공한다. 그러나 동시에 AI 활용 콘텐츠의 오류, 편향성, 딥페이크 등 기술적 오남용 문제가 빠르게 증가하면서 방송의 공공성과 신뢰도에 대한 위협이 심화되고 있다.

방송 매체는 여론 형성과 민주주의 발전에 중요한 공적 책임을 지닌 영역으로, AI 시대에도 신뢰성을 보장해야 한다는 사회적 요구가 강해지고 있다. 더욱이 AI 기술의 도입으로 인해 전통적인 저널리즘 관행과 기술 간의 충돌, 인간 제작자의 역할 변화, 책임 소재의 불분명성 등 새로운 윤리적 쟁점들이 등장하고 있어, 이에 대한 체계적인 분석과 선제적 대응이 필수적이다.

동시에 국제사회는 유럽 인공지능법을 시작으로 포괄적 AI 규범을 강화하는 추세를 보이고 있으며, 각국도 자국의 문화적 특수성을 반영한 규범을 구축하려 노력 중이다. 국내 방송 환경도 이러한 국제적 규범 강화의 흐름 속에서 글로벌 표준과의 정합성을 확보하면서도, 한국 방송의 문화적 특수성과 높은 공공성을 동시에 존중하는 정책 방향을 모색해야 한다. 특히 글로벌 OTT와 소셜미디어의 확산으로 경쟁이 심화되는 가운데, 방송사들은 AI 기술을 통한 혁신과 효율화를 추구할 수밖에 없으나, 무분별한 기술 도입으로 인한 신뢰성 저해를 방지해야 한다는 이중적 과제를 안고 있다.

따라서 본 연구는 국내 방송분야의 AI 기술 도입 현황을 체계적으로 파악하고, AI 기술 도입으로 인한 신뢰도 및 안정성 문제를 예측 분석하며, 국내외 AI 규범 동향을 비교 검토하여 방송 분야의 특수성을 반영한 실효성 있는 정책 방안을 수립하기 위해 수행되었다.

2. 연구의 목적과 범위

본 연구의 목적은 국내 방송분야의 AI 기술 활용 현황을 체계적으로 분석하고, 방송콘텐츠의 신뢰도 확보를 위한 구체적이고 실효성 있는 정책 방안을 제시하는 데 있다.

이를 위해, 제2장 현황분석 단계에서는 국내외 방송 분야의 인공지능 도입 현황과 프로세스별 활용 실태를 상세히 파악한다. 특히 AI 기술이 방송의 기획, 제작, 송출 각 단계에 어떻게 적용되고 있으며, 이러한 도입으로 인해 신뢰성 저하, 편향성, 윤리적 문제, 기술적 안정성 등 어떠한 역기능이 발생할 수 있는지를 분석한다.

제3장은 정책동향 분석 단계로, 국제기구 및 주요국의 포괄적 AI 규범, 방송분야에 특화된 AI 윤리규범, 국내외 방송사업자의 자율규범을 비교 검토한다. 이를 통해 글로벌 수준의 AI 규범이 국내 방송 환경에 어떻게 적용 가능한지, 그리고 방송의 공공성과 문화적 특수성을 반영한 국내 규범의 정합성을 어떻게 확보할 것인지를 진단하고 향후 정책과제를 도출한다.

최종적으로 제4장, 정책제언 단계에서는 앞선 분석을 토대로 AI 기술의 역기능을 방지하면서도 순기능을 극대화할 수 있는 균형 잡힌 정책 방향을 수립한다. 구체적으로 AI 활용 콘텐츠 제작 실태조사, 신뢰성 확보를 위한 가이드라인 개발, 자율규범 수립 지원 등을 통해 방송매체의 신뢰도를 확보하면서도 산업의 혁신성을 보장할 수 있는 정책 수단을 제안한다.

제 2 장 방송분야 인공지능 활용 현황과 전망

제 1 절 국내외 방송에서의 인공지능 도입 현황 실태조사 및 분석

1. 방송 특화 AI기술 개발 및 활용 현황

가. 방송분야의 AI 기술 현황

AI 기술은 전통적인 예측형AI에서 생성형AI로 진화해 왔으며, 기능과 적용에서 차이를 보인다. 기존의 예측형 AI는 빅데이터 기반 분류와 예측이 주요 기능이었다면, 생성형 AI는 사용자의 질문이나 입력을 바탕으로 텍스트, 이미지, 비디오 등과 같은 결과물을 능동적으로 창출한다. 이러한 기술 발전에 따라 방송 콘텐츠 산업에서도 AI 적용 방식에 변화가 나타나고 있다.

예측형 AI는 주로 데이터 분석과 규칙 기반 업무 효율화에 제한적으로 활용되었다. 맞춤형 콘텐츠 영상 추천, 시청률과 광고효과 예측, 스포츠나 선거 등 형식적 보도에 특화된 AI 저널리즘 등이 대표적인 활용 사례이다(정은진·김예빈, 2024). 실제로, 유럽연합(2020)의 '시청각 부문의 인공지능 사용' 연구 보고서에 따르면, 당시 시청각부문에서 AI 활용은 자막생성, 이미지·영상 분류와 식별, 초벌 편집, 기계 번역 등 방송 콘텐츠 제작 업무 중 비교적 단순한 재가공의 영역을 중심으로 도입된 것으로 나타났다.

<표 2-1> 유럽 의회 '시청각 부문의 인공지능 사용' 보고서

모달리티	방송영상 제작 활용 방안
텍스트	<ul style="list-style-type: none">• 텍스트 콘텐츠 번역(접근성 향상 목적)• 자동 자막 생성• 현지화• 개체명 인식, 요약, OCR, 의미 추출, 콘텐츠 분류, 주제 감지 (인덱싱 목적)• 내부 검색 엔진, 추천 엔진• 소셜 미디어 분석

이미지/영상	<ul style="list-style-type: none"> • 자막 제공 (접근성 향상 목적) • 음성 생성 (TTS) • 이미지 분류, 객체 감지, 얼굴 감지, 장면 감지 (인텍싱 목적) • 자동 초별 편집 • 영상 원본 처리 • AI기반 비디오 인코딩 및 콘텐츠 전달 향상
오디오	<ul style="list-style-type: none"> • 자막 제공 (접근성 향상 목적) • 음성 생성 (TTS)

주: 2020년 3월, 유럽 내 공민영 방송사, 영화사업, 비디오게임 개발, 출판사, 통신사, 학계 등 시청각 서비스 부문의 다양한 이해관계자 85인을 대상으로 “현재 AI 기술을 조직에서 활용하는가? 활용한다면 어떤 분야를 가장 중요한 것으로 인식하고 있는가?” 질문으로 개방형 인터뷰를 진행한 응답 결과

자료: 정은진, 김예빈(2024.10.) 방송영상산업에서의 생성형 AI 활용과 시사점 <KISDI perspective No.3>

생성형 AI는 GAN, Diffusion, Transformer 등 고도화된 생성AI 모델을 기반으로 텍스트, 이미지, 영상 등 다양한 콘텐츠를 자유롭게 생성할 수 있다. 2022년 11월 ChatGPT 출시를 기점으로 생성형AI 시장이 급격하게 성장했으며, 콘텐츠 제작의 실질적인 창작 과정에 AI가 직접적이고 광범위하게 활용되기 시작했다.

텍스트 투 이미지 AI 기술인 DALL-E, Stable Diffusion, 미드저니 등이 개발되면서 방송 분야의 AI 적용이 활성화되었으며, 최근에는 인간의 인지적 학습방식을 모방하여 다양한 시청각 형태의 데이터 입력과 출력을 지원하는 거대 멀티모달(multi-modal) 모델로 기술이 고도화되고 있다. Variety(2023)는 향후 2~3년 내에 생성형 AI 기술이 실감형 효과음 제작, VR 및 3D 에셋 구현, 스토리보드 시각화, 다국어 더빙, 자연스러운 음성합성 등 다양한 방송 콘텐츠 제작 분야에서 폭넓게 활용될 것으로 전망했다. 이에 따라 방송 분야에 있어 생성형 AI의 영향력은 더욱 확대될 것으로 전망된다.

현재 방송분야에서 활용되는 AI기술을 살펴보면, 생성 콘텐츠 유형에 따라 텍스트 생성 AI, 이미지 생성 AI, 영상 생성 AI, 음성 생성 AI, 멀티모달AI로 구분된다. 각 기술은 기술 특성과 콘텐츠 제작 프로세스별 업무 특성에 따라 상이하게 적용되고 있다. 그러나 최근에 텍스트, 이미지, 음성, 영상을 동시에 이해하고 새로운 콘텐츠를 생성할 수 있는 멀티모달AI로 발전하면서, 방송 제작 전 주기에 걸친 범용 기술로 자리잡아가고 있다.

<표 2-2> 방송 분야 AI 기술의 영역별 분류 및 활용 현황

기술유형	AI 모델	방송업계 주요 활용 사례	활용 단계
텍스트 생성AI	- ChatGPT - Claude - Gemini - Perplexity	- 대본 및 시나리오 작성 - 뉴스 기사 초안 생성 - 자막 생성 및 번역 - 프로그램 기획안 작성 등	기획, 서비스 및 유통
이미지 생성AI	- Dall-E - Midjourney - Stable Diffusion - Adobe Firefly - Lensa	- 컨셉 아트 및 스토리보드 - 프로그램 포스터 제작 - 썸네일 자동 생성 - 캐릭터 및 배경 디자인	기획, 제작, 서비스 및 유통
영상생성AI	- Sora(OpenAI) - Runway ML - Pika Labs - Stable Video - Veo - Gen-3 Alpha - 버티고(VVERTIGO)	- 예고편 및 프로모션 영상 - 애니메이션 제작 - 가상 스튜디오 배경	기획, 제작, 서비스 및 유통
음성생성AI	- ElevenLabs - Azure Speech - WaveNet - Sounddraw - 타입캐스트 - 슈퍼톤 AI 오디오	- AI 앵커 및 내레이션 - 다국어 더빙 서비스 - 효과음 및 배경음 제작 - 실시간 음성 변환	제작, 서비스 및 유통
멀티모달AI	- GPT-4 - Gemini Pro - Claude3 Vision - LLaVA	- 영상 콘텐츠 분석 및 요약 - 통합 콘텐츠 기획 - 실시간 방송 모니터링 - 시청자 반응 분석	기획, 서비스 및 유통

방송분야에 있어 생성형 AI의 활용은 단기적으로는 새로운 캐릭터 생성, 후반작업 등 기존의 콘텐츠 제작 프로세스 중 시간과 비용이 많이 소요되던 영역에 활용되어 효율성을 높이는 데 기여할 것으로 기대된다. 나아가 장기적으로는 기획 단계부터 서비스 단계까지 방송 콘텐츠 산업의 전 주기에 걸쳐 생성형 AI가 범용기술로 정착하면서, 전반적인 생산성의 혁신을 견인할 것으로 예상된다.

나. 방송분야의 AI 수용도

생성형AI의 도입으로 AI를 활용한 영상제작과 유통의 산업적 가능성에 대해 많은 관심이 쏠리고 있다. 특히, 북미 지역중심의 주요 방송사들은 AI기술 도입에 적극적으로, 방송 제작과 유통에서 AI 활용 비율이 크게 증가하고 있다. 2025년도 Haivision Broadcast Transformation Report(2025)의 조사에 따르면, 북미지역 방송산업 종사자의 약 25%가 이미 방송 제작 워크플로우에 AI를 활용하고 있다고 답했다. 이는 2024년 조사 결과(9%) 대비 3배 가까이 증가한 수치이다. 이러한 증가는 생성형 AI 및 자동화 도구에 대한 방송 현업의 수용성이 빠르게 확대되고 있음을 시사한다. 이러한 높은 수치로 미루어 볼 때, AI는 단순한 실험 단계를 넘어 방송 제작 현장에 실질적으로 정착하고 있는 기술로 평가될 수 있다(Haivision Broadcast Transformation Report, 2025). 아직 AI를 도입하지 않았다고 응답한 종사자 중에서도 41%는 2년 이내 도입을 계획하고 있다고 응답했으며, 약 14%는 1년 이내 도입할 계획이라 응답했다. 반면, 48%는 현재로서는 도입 계획이 없다고 응답하여, 기술 수용 격차 또한 병존하는 상황으로 볼 수 있다.

국내에서도 생성형AI의 도입으로 AI를 활용한 영상제작과 유통의 산업적 가능성에 대해 많은 관심이 쏠리고 있으나, 국내 방송 콘텐츠 기획·제작·유통 부문에서 AI활용 비율은 아직 제한적이다. 2023년 기준으로, 방송 콘텐츠 중 AI 기술을 활용한 비중은 기획 단계에서 11.1%, 제작 단계에서 9.4%, 서비스 단계에서 6.8%로 조사되었다(과학기술정보통신부·한국방송통신전파진흥원, 2023). 방송사별로는 종편·보도방송채널에서 AI활용비중이 평균보다 높게 나타났는데, 한국방송통신전파진흥원(2023)은 그 이유로 챗GPT나 제미니 등 텍스트 기반 생성형 서비스가 뉴스나 콘텐츠의 기획 단계에서 사전 자료 수집 및 분석, 기사나 대본 구성 등에 비교적 활발하게 활용되기 때문이라고 분석한다. 현재에는 기획 부문에서만 생성형 AI의 수용도가 높은 편이지만, 생성형AI의 기술발전 속도가 매우 빠르기 때문에 향후 기획 뿐만 아니라 영상제작과 서비스 단계에서까지 빠르게 AI기술이 확산될 가능성이 있다.

<표 2-3> 방송사업자별 방송 콘텐츠 전 단계 AI 활용 비중

구분	기획 단계	제작 단계	서비스 단계
지상파(TV)	9.2%	14.4%	18.4%
SO	1.8%	4.4%	6.5%
IPTV	0.0%	3.3%	3.3%
중편·보도PP	38.8%	10.5%	0.0%
일반PP	10.8%	12.7%	1.6%
TOTAL	11.1%	9.4%	6.9%

※ 방송 콘텐츠 단계별 AI디지털 기술 활용 비중은 방송사업자 유형별 2023년 프로그램 제작비 집행율을 가중치로 적용한 가중평균값임.

* 조사 대상 : 방송사업자 47개 사(지상파(5), 방송채널사용사업자(PP, 28), 케이블 텔레비전(종합유선방송사업자, 11), 인터넷 텔레비전(3))

출처: 과학기술정보통신부·한국방송통신전파진흥원(2023). '방송산업의 AI·디지털 기술 활용 현황' 설문 조사 결과

국내 방송 콘텐츠 제작 현장에서 AI기술을 활용하는 직군도 점차 늘어나고 있다. 한국콘텐츠진흥원의 「2024 방송제작 노동환경 실태조사」는 작가(46.8%), 기술 관련 종사자(45.1%), 기획 직군(41.4%), 후반 작업 종사자(38.3%), 미술 관련 직군(11.8%) 순으로 AI 기술 활용이 활발한 것으로 분석했다. 장르별로는 교양 프로그램(46.2%), 예능 프로그램(36.4%), 드라마(28.3%)가 AI 기술을 사용하는 것으로 분석됐다.

생성형AI기술의 빠른 발전속도에 대응하여, 국내 방송사들도 조직 내에 전담부서를 설치하고 AI기술의 적용가능성을 탐구하고 있다. 현재, KBS, MBC, SBS 등 지상파 방송사뿐만 아니라, CJ ENM, MBN 등의 주요 방송사들이 AI기술개발과 전략 추진을 위한 내부 전담 부서를 설치하고, 전담부서를 중심으로 차별화된 AI 개발 및 적용 전략을 추진하고 있다. 이들 전담부서는 AI기술을 활용하여 방송제작 효율성 향상, 새로운 콘텐츠 형식 발굴, 플랫폼 고도화 등 다양한 성과를 창출을 추진한다.

<표 2-4> 방송사별 AI 전담 부서 현황

방송사	담당 부서	역할
KBS	KBS 미디어기술 연구소	<ul style="list-style-type: none"> - AI 미디어제작 연구: 현업에서 사용 가능한 미디어 제작 도구 개발 * AI 멀티캠 프로젝트(VERTIGO), AI 컬러복원 프로젝트 개발 - AI 데이터 분석 연구: 시청 전수 데이터 분석을 목표로 AI 기반 데이터분석 연구를 수행하여 콘텐츠사업 및 경영전략 수립에 필요한 인사이트를 제공 * 미디어 인텔리전스 시스템, 사용자기반 시청데이터 분석 시스템, AI 기반 대용량 시청 데이터 분석 기술 개발
MBC	AI 전략팀	<ul style="list-style-type: none"> - 멀티모달 AI 분야의 기술 혁신과 콘텐츠 활용의 새로운 가능성을 모색 * MBC는 ‘대한민국 배경영상 상세 설명문 데이터’ 구축 사업의 주관기관을 맡아, 실사 배경 중심으로 클리핑한 1만 개 이상의 영상 클립을 AI 학습용 데이터셋으로 구축
SBS	SBS 미디어기술 연구소 AI TF팀	<ul style="list-style-type: none"> - AI 영상 생성 기술 도입: 인물 초상 기반 영상 합성, 촬영 대체 콘텐츠 실험 - 콘텐츠 제작 고도화: 음성 합성, 자동 편집, 메타데이터 기반 장면 검색 등 기술을 제작에 적용 - 플랫폼 활용 확장: 내부 서비스 적용 외 외부 사업화 추진
EBS	AI플러스 TF팀	<ul style="list-style-type: none"> - 생성 AI 애플리케이션을 활용한 새로운 콘텐츠 제작 프로세스 담당 - AI 기반 파일럿 교육 콘텐츠 제작
CJ ENM	AI사업추진팀	<ul style="list-style-type: none"> - AI 크리에이티브 디렉터, AI 테크니컬 디렉터, AI 비즈니스 디렉터 등 3개 그룹 운영 - CJ AI 센터 내 내 엔지니어와 협업해 자체적인 모델을 개발
MBN	빅데이터·AI보고서팀	<ul style="list-style-type: none"> - 방송 언어 분석 AI 시스템, AI 지식검색 도입 등 내부 구성원들이 AI를 활용할 수 있도록 지원 - MBN의 시청층을 확대하는 AI 서비스 개발

출처: KBS 미디어기술연구부 홈페이지, 방송과기술(2024.04.09.), SBS 미디어기술 홈페이지, EBS 홈페이지

2. 방송 분야 업무 프로세스별 AI 활용 주요 사례

가. 방송영상 워크플로우 단계별 AI도입과 활용방식

과학기술정보통신부는 방송영상 단계를 기획, 제작, 유통의 3단계로 구분하고 있다. 기획 단계에서는 트렌드 및 경쟁사를 분석하는 시장조사와 대본 구성, 기획 구성등이 이뤄지며, 제작 단계에서는 실질적인 촬영 및 녹화, 편집, 특수효과(VFX) 삽입 등이 진행된다. 마지막으로 서비스 단계에서는 완성된 영상의 자막, 더빙이나 배급·유통, 시청자 맞춤형 서비스 제공 등이 포함된다.

[그림 2-1] 방송영상 워크플로우 단계



자료: 과학기술정보통신부(2024.11.28.) 과기정통부, 「방송산업의 인공지능·디지털 기술 활용현황」 설문결과 발표 재구성

AI는 콘텐츠 기획 단계에서 서비스 단계까지, 제작 전반에 걸쳐 점진적으로 도입되고 있으며 각 단계별로 활용 방식이 다르다. 일반적으로 기획 단계에서 AI가 사용될 경우에는 주로 시나리오, 마케팅 카피, 자막을 기획·작성·편집하는 작업이 수행된다(정은진·김예진, 2024). 제작 단계에서는 자동 영상 촬영·편집, 영상 특수효과(VFX)나 디지털 휴먼 등의 형태로 사용되는 것이 일반적인 상황이다. 서비스 단계에서는 자막의 자동생성, 자동 언어 번역, 영상의 메타데이터 아카이빙 등에서 AI가 활용되고 있는 상황이다.

최근 AI 기술의 급속한 발전에 따라, 방송 영상 콘텐츠 제작 단계 전 과정에서 생성형 AI 기반 도구들이 상용화되며, 생산성과 효율성을 비약적으로 향상시키고 있다.

AI 기술 활용이 확대될 것으로 전망됨에 따라, 콘텐츠 제작 단계 내에서도 AI 적용 업무가 다각화될 것으로 예상된다. 기획단계의 경우, 현재에는 자료조사나 소재 발굴 등의 기획 업무에 주로 사용되고 있지만, 기술이 고도화됨에 따라 제작비 예측, 시청자 타겟팅, 촬영지 선정 등 다양한 업무에서 AI 활용이 확대될 것으로 전망된다. 제작단계에서는 디지털 휴먼과 피부 보정과 같은 특수효과(VFX)를 위주로 AI가 활용되고 있으며, AI 기술의 고도

화에 따라 기존의 제한적이던 활용 범위가 확장될 것으로 예상된다. 서비스 단계의 경우, 현재 AI활용이 다른 프로세스에 비해 소극적인 편이지만, 시청자 만족도를 향상을 위한 서비스 제공이 중요해짐에 따라 AI활용을 통한 서비스 품질 개선이 중요한 경쟁적 우위 요소가 될 것으로 전망된다. 이에 따라, 개인화된 콘텐츠 추천, 국가별 맞춤형 콘텐츠 편집, 시청자 분석 등 적극적인 AI활용이 이뤄질 것으로 예상된다.

<표 2-5> 워크플로우별 AI 기술 적용 업무 가능성

단계	업무	대표적 시나리오(실제 적용과는 무관)
기획	콘텐츠 기획 및 분석	과거 데이터 기반 시청률 예측 및 분석
		시청자 세분화 및 선호도 분석을 통한 타겟팅
		AI기반 스토리텔링 및 소재 발굴
		타방송사/플랫폼 콘텐츠 및 트렌드 분석을 통한 경쟁환경 분석
	자료조사 및 리서치	정보 검증 및 출처 확인 등 자동 팩트체크
		과거 영상/음성자료 등 아카이브 자동 검색 인터뷰 대상자, 촬영지 정보 자동 수집
제작계획 수립	AI기반 제작 일정 및 자원배치	
	과거 데이터 기반 제작비 예측	
	제작위험 요소 사전 분석 등 리스크 예측	
제작	촬영지원	무인카메라 시스템/자동 앵글 조정 등 자동 촬영
		AI기반 자동 조명 및 촬영품질 자동 체크
		실시간 음질 개선 및 노이즈 제거
	영상생성 및 편집	하이라이트 자동선별 및 편집
		AI기반 그래픽 생성 및 CGI적용
		컬러그레이딩 등 후보정
	오디오 제작	음성합성(AI성우/더빙)
		효과음 자동 생성 및 배치를 포함한 오디오 믹싱/사운드 디자인
	가상제작 기술	가상인간(AI앵커/가상출연자)
		실시간 배경 합성 및 가상세트를 통한 VFX
품질관리	부적절한 내용(심의) 자동 탐지 등 콘텐츠 검수	
서비스	콘텐츠 관리 및 메타데이터	영상내용 분석 기반 자동 태그 생성 및 인덱싱
		최적 썸네일 자동 선별 및 생성
	다국가/다플랫폼 서비스 지원	실시간 다국어 번역 및 자막 현지화
		플랫폼별 포맷 자동 변화(리버저닝)
		국가별 맞춤 콘텐츠 편집 자동화된 PPL 변환

개인화 서비스 지원	개인맞춤형 콘텐츠 추천 알고리즘
	개인맞춤형 광고 배치
	개인맞춤형 시청환경 제공(음향/조명)
	시청 보조 도구 제공(자동 화면해설, 자막크기 자동 조정 등)
시청자 인터랙션	시청자 반응(감정) 분석
	실시간 방송 중 AI기반 상호작용
	챗봇기반 민원 대응
운영최적화	실시간 시청률 모니터링 및 대응
	AI기반 네트워크 트래픽 최적화
	재방송 최적시점 예측 등 콘텐츠 수명관리

나. 방송 분야 업무 프로세스별 AI활용 주요 사례

1) 기획단계

기획 단계는 크게 콘텐츠 기획 및 분석, 자료조사 및 리서치, 제작계획 수립의 세 가지 핵심 영역으로 구분할 수 있다. 이 단계에서 AI는 시장 분석, 트렌드 파악, 리스크 예측 등 사전 준비 과정 전반의 효율성과 정교함을 높이는 데 기여하고 있다.

(1) 콘텐츠 기획 및 분석

콘텐츠 기획 및 분석 분야에서 AI는 방대한 데이터를 기반으로 시청자의 선호를 파악하고, 기획 방향을 구체화 하거나 시나리오 작성 등에 활용되고 있다. 특히, 영상 콘텐츠에 적합한 독자층이나 시청 집단을 분석하고, 광고 타깃 대상을 세분화하는 등 맞춤형 기획이 가능해지면서 콘텐츠 경쟁력이 강화되고 있다.

뉴욕타임스의 ‘브랜드매치(BrandMatch)’는 AI를 활용한 독자 타겟팅을 보여주는 사례로, 생성형 AI를 활용하여 각 광고 캠페인에 최적화된 독자층을 찾아주는 기능을 제공한다. 광고 기획서 기반으로 AI가 심층 분석을 수행함으로써 광고주가 원하는 타깃 독자층을 보다 정확하게 설정할 수 있도록 지원한다. 또한, 2023년 인디 영화감독 케빈 페트릭은 AI 도구만을 활용하여 제작한 12분 길이의 단편영화 <The Frost(더 프로스트)>를 공개하였다. 이 작품은 스토리보드 작성에 미드저니를 대본 작성에는 ChatGPT-4를 활용한 사례로, AI가 기획 단계부터 실질적인 창작 과정에 참여할 수 있음을 보여준다.

이처럼 콘텐츠 기획 단계에서 AI는 과거 데이터에 기반한 시청률 예측과 분석, 시청자 세분화 및 선호도 분석을 통한 타겟팅, AI 기반 스토리텔링 및 소재 발굴, 타 방송사 및 플랫폼의 콘텐츠 및 트렌드 분석을 통한 경쟁환경 분석 등 다양한 방식으로 활용되고 있다. AI는 기획자의 창의적 판단을 보완하면서도, 데이터 기반의 정밀한 의사결정을 가능하게 하여 기획의 완성도를 높이고 있다.

(2) 자료조사 및 리서치

자료조사 및 리서치 분야에서도 AI활용은 활발하게 이뤄지고 있다. AI를 활용하면 대용량의 데이터를 빠르게 분석하여 리서치의 효율성을 크게 향상하고 있다.

대표적으로, 뉴스 기획과 영상 제작 등에서 LLM 기반의 AI를 활용하여 핵심 주제어나 키워드를 자동으로 추출함으로써 제작자가 트렌드 및 소비 흐름을 신속하게 파악할 수 있도록 지원하고 있다. 더불어, 정보의 검증과 출처 확인에도 AI가 활용되고 있다. 자동 팩트체크 기술을 통해 기사나 영상에서 사용되는 정보의 진위를 검토하고, 신뢰할 수 있는 출처를 제시함으로써 콘텐츠의 정확성과 공신력을 높인다. 또한 과거 영상이나 음성자료 등 아카이브 자료를 자동으로 검색하고 필요한 장면을 신속히 찾아내는 기능, 인터뷰 대상자나 촬영지 정보를 자동으로 수집하는 기능 등도 활발히 도입되고 있다.

이처럼, AI는 방대한 데이터를 빠르고 체계적으로 처리하여 제작자가 보다 심층적이고 객관적인 정보를 기반으로 콘텐츠를 기획할 수 있도록 지원하고 있다.

(3) 제작계획 수립

제작계획 수립 분야에서도 AI의 활용이 점차 확대되고 있다. 마케팅 캠페인이나 콘텐츠 제작과 관련된 일정, 인력, 자원 배분 등에서 AI가 다양한 데이터를 종합적으로 분석하여 효율적인 계획을 수립할 수 있도록 돕는다. 특히, 넷플릭스는 과거의 결과와 현재 사용자의 행동, 연령시기, 콘텐츠 장르 등을 분석하고, 예상 ROI에 따라 캠페인 예산을 동적으로 조정하고 있다. 이를 통해 마케팅 전략의 효율성을 극대화하고, 제작비와 자원 운용의 최적화를 실현하고 있다. 또한, AI는 과거 데이터를 기반으로 제작비를 예측하거나, 프로젝트 일정과 자원 배치 계획을 자동으로 산출하는 등 다양한 의사결정을 지원하는데 활용될 수 있다.

이처럼, 기획 단계에서 AI는 콘텐츠 제작 준비 과정의 효율성을 높이고, 정교한 타깃 분석과 전략 수립을 가능하게 하여, 기획 과정의 전반의 완성도를 높이는 도구로써 활용되고 있다.

2) 제작단계

제작단계에서는 AI가 촬영, 영상편집, 오디오 제작, 가상제작 등 제작 전 과정에 걸쳐 시간 및 비용 효율성을 향상시키고 있다. 특히, 자동화와 실시간 처리가 가능해지면서 기존의 노동집약적 제작 환경이 기술 중심의 스마트 제작체계로 전화되고 있다.

(1) 촬영지원

영상 촬영 분야에서는 AI가 무인 카메라 시스템과 자동 앵글 조정 등 물리적 장비의 자동화에 적극 활용되고 있다. 대표적으로 KBS는 'AI 카메라 시스템'을 도입하여 촬영 효율을 높이고 있다. 이 시스템은 출연자를 스스로 인식하여 상화좌우로 움직이는 기능을 제공한다. 나아가 KBS는 AI 기술을 활용하여 촬영을 자동화할 수 있는 'AI 버추얼 디렉터'를 개발 중이다. 이처럼 AI를 기반으로 한 촬영지원 기술은 인력 부담을 줄이고 일관된 촬영 품질을 확보하는 데 기여하고 있다.

(2) 영상생성 및 편집

AI는 영상 생성과 편집 분야에서도 빠르게 확산되고 있다. CJ올리브네트웍스는 영상 제작 및 편집, 후가공, 재생산 등 콘텐츠 제작 워크플로우의 일부를 자동화할 수 있는 'Vision AI' 솔루션을 구축해 CJ ENM의 콘텐츠 제작 현장에 적용하고 있다. 이러한 기술은 영상이나 이미지 속 얼굴을 자연스럽게 다른 인물로 변경하거나, 새로운 얼굴을 생성하는 등 후보정 과정을 자동화함으로써 제작 시간을 단축시키는 효과를 가져온다. 또한 다양한 도메인의 콘텐츠를 생성하고 특정 영역에 대한 생성 기반의 편집도 가능하다.

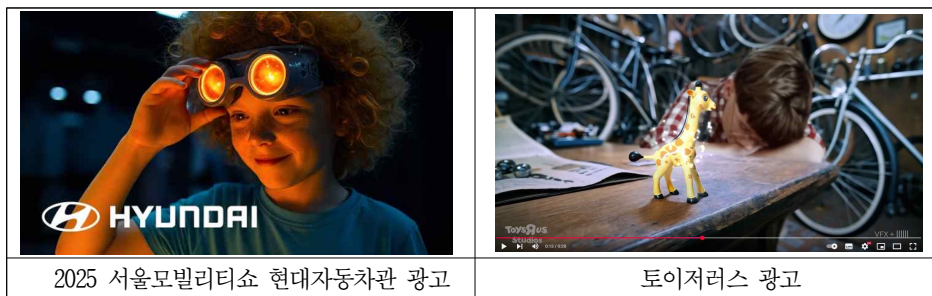
[그림 2-2] CJ올리브네트웍스의 AI 기반 영상 자동 편집



출처: CJ올리브네트웍스(2024)

광고 영상 제작에서도 AI의 활용은 빠르게 확산되고 있다. 현대자동차는 2025 서울모빌리티쇼에서 별도의 촬영 없이 영상, 광고 음악, 편집 등 전 과정을 AI로만 제작한 광고를 공개하며 큰 주목을 받았다. 이는 생성형 AI가 광고 영상 제작의 전 과정을 대체할 수 있음을 보여준 대표적인 사례이다. 또한 미국의 장난감 회사 토이저러스는 오픈AI의 소라(Sora)와 VFX 기술을 활용해 창업자 찰스 라자루스의 어린 시절과 브랜드 마스코트 '기린 제프리'의 이야기를 담은 66초 길이의 광고 영상을 제작하였다.

[그림 2-3] AI 활용 광고 영상 제작 사례



자료: 스튜디오 프리윌루전 홈페이지, 토이저러스 유튜브 채널

이와 같이, AI는 방송 콘텐츠 제작 과정에서 창작자의 아이디어 실현을 지원하고, 짧은 시간 안에 높은 수준의 영상미를 구현할 수 있는 새로운 제작 패러다임을 제시하고 있다. 특히 AI 기반 VFX 자동화 기술의 발전은 복잡한 시각효과 작업을 단축시키고, 제작 효율성과 완성도를 동시에 향상시키는 핵심 동력으로 부상하고 있다.

(3) 오디오 제작

오디오 제작 분야에서도 AI활용은 확대되고 있다. 과거에는 음악, 효과음, 더빙 등 세부 영역이 인력 중심으로 운영되었지만, 최근에는 AI가 작곡, 음성 합성, 음색 복원 등 다양한 기능을 수행하며 오디오 제작 전반에서 활용이 확대되고 있다.

음악 제작 분야에서는 AI가 오리지널 음원을 작곡하거나 기존 곡을 재해석하는 데 폭넓게 사용되고 있다. 예를들어, 특정 가수의 음색을 AI로 학습시켜 다른 곡을 부르게 하는 'AI 커버 영상'이 유튜브를 중심으로 확산되고 있으며, 비비의 '밤양갱'을 다양한 가수와 배우의 목소리로 재해석한 사례는 AI 음악 생성이 대중적으로 활용되고 있음을 보여준다.

[그림 2-4] '밤양갱' AI 커버영상



출처: 유튜브

이러한 AI의 오디오 제작 기술은 단순한 음악 제작을 넘어, 영상 콘텐츠의 배경음악 (BGM)이나 효과음, 사운드 디자인 등 폭넓게 활용되어 콘텐츠의 몰입감을 높이고, 제작자의 의도를 보다 정밀하게 전달하는 데 기여하고 있다.

특히, AI 기반 음성합성 기술은 방송, 영화, 광고 등 다양한 장르에서 더빙, 내레이션, 성우 대체 등으로 활용 범위를 넓혀가고 있다. 국내에서도 AI 음성 기술을 활용한 영상 제작 사례가 늘어나고 있는데, 대표적으로 디즈니+ 오리지널 시리즈 <카지노>가 그 사례다. 이 작품은 주인공 차무식의 일대기를 다루며, 배우 최민식이 30대부터 60대까지의 연령대를 연기하는 과정에서 AI 디에이징 기술이 적용되었다. 주인공인 차무식의 30대 시절을 구현하기 위해, 배우 최민식의 과거 30대 시절 목소리를 학습시켜 생성된 AI 음성을 사용하여,

인물의 시간적 변화를 사실적으로 구현하였다. 이를 통해 AI가 배우의 실제 연기와 감정 표현을 자연스럽게 결합시켜, 작품의 완성도와 몰입도를 한층 높이는 결과를 가져왔다.

이처럼, AI기반 오디오 기술은 단순한 음성 재현을 넘어 배우의 감정선과 캐릭터의 시간까지 정교하게 표현할 수 있는 새로운 제작도구로 진화하고 있다. 나아가 AI는 음악제작, 음성합성, 사운드 복원 등 오디오 제작에 있어 창작자의 표현 영역을 확장하고, 방송 콘텐츠의 청각적 품질을 향상시키는 기술로 발전하고 있다.

(4) 가상제작 기술

가상 제작 분야에서는 기존의 시각효과(VFX) 기술을 대체하거나, 보완하는 등의 영역에서 AI활용이 두드러지고 있다. 국내 방송사들은 디지털 휴먼, 가상세트 등의 다양한 형태로 AI를 접목하여 제작 환경의 혁신을 시도하고 있다.

예를 들어, MBC의 <PD가 사라졌다>는 AI 기반 디지털 휴먼과 자동 편집 기능을 결합해 제작되었으며, KBS의 <생로병사의 비밀>에서는 버추얼 스튜디오 기술을 활용해 실제 촬영 없이 다중 공간을 구현하였다. JTBC의 <리얼라이브>는 디지털트윈 기술을 통해 현실과 동일한 가상 환경을 구축했다. 이 밖에도 드라마 <더 글로리>, <SBS 판타지>, <MBC SF8> 등의 작품에서도 AI 기반 배경 생성과 VFX 기술을 적극 활용하여 실제 촬영에 필요한 시간과 비용을 절감하고 시각적 완성도를 높였다.

또한 실시간 배경 생성 기술인 버추얼 프로덕션 기법에 AI를 접목하여 스튜디오 내에서도 다양한 로케이션을 구현하는 방식이 뉴스, 예능, 시사 프로그램 등에서 활발히 도입되고 있다. 이러한 가상제작 기술은 스튜디오 내에서도 실시간 배경 합성과 그래픽 구현이 가능하도록 함으로써, 물리적 공간 제약을 최소화하고 제작 효율을 극대화하고 있다. 동시에 디지털 휴먼, 가상 출연자, AI 앵커 등의 등장으로 방송 제작의 새로운 형식과 표현 가능성도 확대되고 있다.

(5) 품질 관리

품질관리 분야에서는 객체 인식, 비식별화, 비전 검사 등 영상 기반 분석 기술이 방송 및 영상 제작 과정의 효율성과 안정성을 높이고 있다. 특히 CJ올리브네트웍스의 'Vision AI' 기술은 영상 속 객체를 자동으로 인식·분석하여 이미지와 영상의 품질을 정밀하게 검

사하고, 동시에 인물의 얼굴이나 문서, 전화번호 등 개인정보에 해당하는 요소를 자동으로 감지해 비식별화한다. 이러한 기술은 콘텐츠 제작과 송출 전 단계에서 품질 저하나 정보 노출을 사전에 방지함으로써, 방송 콘텐츠의 신뢰성과 완성도를 한층 높이고 있다.

[그림 2-5] VisionAI 기술 객체 인식/분석 작동방식



출처: CJ올리브네트웍스 <VISION AI 기술> https://www.cjolivenetworks.co.kr/tech/ai_vision

이처럼 제작 단계 전반에서 AI는 자동촬영, 영상생성, 오디오 합성, 가상제작 등 다양한 영역에 걸쳐 제작 효율성과 품질 향상을 동시에 실현하고 있다. 향후에는 심의나 저작권 검수, 부적절한 내용 탐지 등 품질관리 영역에서도 AI의 활용이 더욱 확대될 것으로 전망된다.

3) 유통 및 서비스 단계

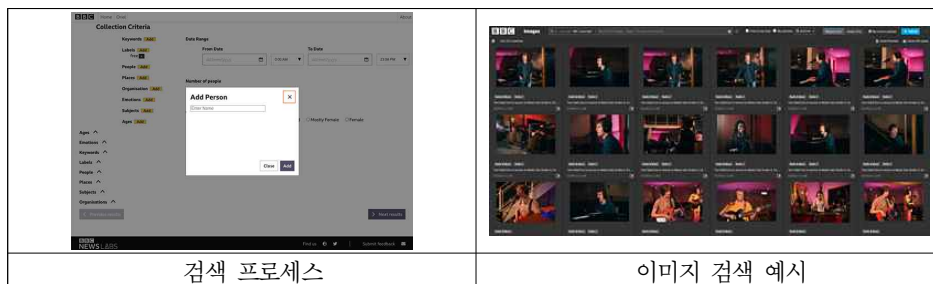
유통 및 서비스 단계에서는 콘텐츠 관리, 다국어 서비스, 개인화 추천 등 이용자 맞춤형 경험을 강화하기 위해 AI 기술이 폭넓게 활용되고 있다. 자막 생성, 자동 번역, 메타데이터 관리, 시청자 데이터 분석 등 서비스 운영 전반에서 AI가 적용되며, 이는 콘텐츠의 접근성과 효율성을 동시에 높이는 방향으로 발전하고 있다.

(1) 콘텐츠 관리 및 메타데이터

콘텐츠 관리 영역에서는 영상 내용 분석을 기반으로 한 자동 태그 생성과 인덱싱 기술이 도입되어, 대규모 콘텐츠의 체계적 관리와 검색 효율성이 향상되고 있다. AI는 영상 속 인물, 장면 등을 자동으로 인식하여 메타데이터를 형성하고, 이를 기반으로 콘텐츠 자동 분류 및 추천까지 연계할 수 있다.

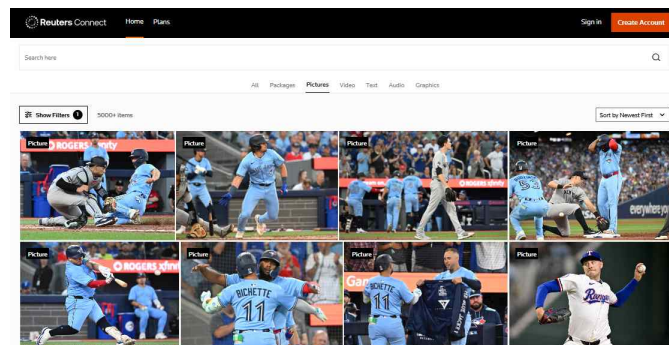
해외 언론사인 BBC와 로이터는 각각 ‘오리엘(Oriel)’ 프로젝트와 로이터의 ‘로이터 커넥트(Reuters Connets)’의 플랫폼을 통해 AI 기반 영상 분석과 메타데이터 자동화 기술로 대규모 아카이브를 고도화하고 있다. BBC의 오리엘 프로젝트는 기자가 기사 작성 시 필요한 이미지를 신속하고 정확하게 검색할 수 있도록 지원하며, 로이터 커넥트는 방대한 영상, 사진, 그래픽 데이터를 AI로 분류하고 인덱싱하여 사용자 맞춤형 검색 서비스를 제공한다.

[그림 2-6] BBC 오리엘 프로젝트



자료: <https://www.bbc.co.uk/rdnewslabs/projects/oriel>

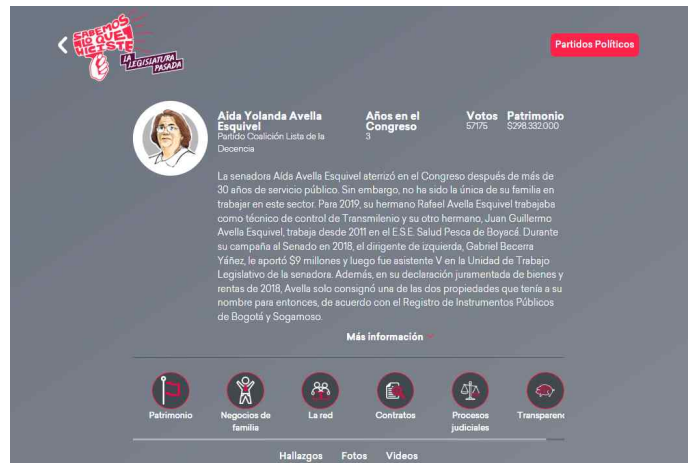
[그림 2-7] 로이터 커넥트 화면



출처: 로이터 커넥트 홈페이지 (<https://www.reutersconnect.com/feed/pictures>)

또한, 콜롬비아의 언론사 쿠에스티온 푸블리카(Cuestión Pública)가 운영하는 ‘오딘(Odin)’ 프로젝트는 AI 데이터베이스를 기반으로 탐사보도 효율성을 높인 사례로, 기자가 특정 이슈를 입력하면, AI가 내부 데이터에서 관련 자료를 추출하고 X(구 트위터)용 스텝드 초안을 자동 작성하는 방식으로 작동한다.

[그림 2-8] ‘Cuestión Pública’ 의 정부인사 정보 제공 화면



출처: <https://cuestionpublica.com/sabemos-lo-que-hiciste/>

이처럼 콘텐츠 관리와 메타데이터 영역에서 AI는 영상 내용을 기반으로 자동 태그를 생성하고, 검색성과 관리 효율성을 높이는 동시에 콘텐츠 활용 가치를 극대화하고 있다.

(2) 다국가/다플랫폼 서비스 지원

AI는 콘텐츠의 다국어 번역과 플랫폼별 포맷 자동 변환을 통해 다국가, 다플랫폼 서비스를 지원하는 데 활용되고 있다. 특히, 다국어 번역의 경우 기존 콘텐츠를 다양한 언어로 재제작하여 해외 진출을 활성화하고 글로벌로 유통 범위를 확대하는데 기여하고 있다.

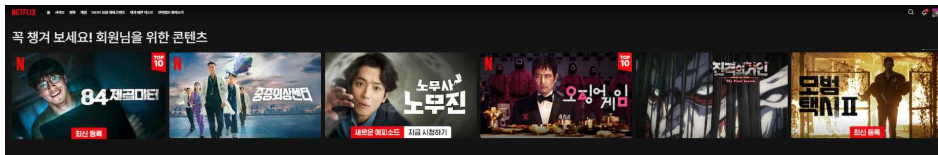
자동 번역의 대표적 사례로는 넷플릭스가 있다. 넷플릭스는 AI 번역 전문 기업인 XL8 (엑스엘에이트)과 협업하여 자막의 초벌 번역 작업을 AI로 처리하고 있다. 이를 통해 자막 제작 속도를 높이고 품질을 균일화하고 있다. 또한, 실시간 다국어 번역 및 자막 현지화, 플랫폼별 포맷 자동 변환(리버저닝), 국가별 맞춤 편집 및 PPL 자동 변환 등 다양한 서비스

스에 AI 기술이 도입되어 콘텐츠 유통의 효율성을 높이고 있다. 또한, 밴드 설(SURL)의 <Dry Flower> 태국어 버전처럼 AI 음성 변환(Speech-to-Speech) 기술을 활용한 다국어 콘텐츠 재제작도 시도되고 있다. 이러한 기술들은 방송 콘텐츠의 해외 진출과 글로벌 동시 송출 환경 구축을 가속화하고 있다.

(3) 개인화 서비스 지원

AI를 활용함으로써, 좀 더 정밀화된 개인화 서비스 제공이 가능해지고 있다. AI는 이용자의 시청 이력, 검색 패턴, 시청 시간대 등을 분석하여 개인의 취향과 선호에 맞는 콘텐츠를 추천하는 데 활용되고 있다. 대표적인 사례로, 넷플릭스는 협업필터링과 콘텐츠 기반 필터링 기법을 결합하여 이용자의 시청 데이터를 분석하고 유사한 취향을 가진 이용자 집단이 선호하는 콘텐츠를 추천하고 있다. 이와 함께, 사용자가 선호한 콘텐츠의 장르·배우·연출 특징을 기반으로 유사한 작품을 제안하는 개인 맞춤형 알고리즘도 지속적으로 고도화되고 있다. 왓차 또한, 딥러닝 모델을 활용하여 평점 데이터와 콘텐츠 메타데이터, 사용자 시청 이력 분석을 통해 콘텐츠 추천을 구독자에게 제공하고 있다.

[그림 2-9] 넷플릭스 콘텐츠 추천화면



출처: 넷플릭스 홈페이지

이처럼 유통 및 서비스 단계에서 AI는 콘텐츠 관리, 다국어·다플랫폼 서비스, 개인화 추천 등 방송의 가치사슬 전반에 깊숙히 침투하여, 제작 이후의 콘텐츠 활용과 시청자 경험을 혁신하고 있다. 향후에는 시청자 인터랙션, 운영최적화 등 영역에서도 AI 활용이 확대될 것으로 전망된다.

다. 국내 주요 방송사의 인공지능 도입 및 활용 현황

AI기술 도입에 가장 적극적인 방송사는 국내 지상파 방송3사(KBS·MBC·SBS)와 CJ ENM이다. 국내 지상파 3사는 각기 다른 전략과 접근 방식으로 AI 기술을 도입하고 있으며, 기획·제작·서비스 전 단계에 걸쳐 AI 활용을 확대하고 있다.

<표 2-6> 지상파 3사 AI 전담 부서

방송사	담당 부서	역할
KBS	KBS 미디어 연구소	<ul style="list-style-type: none"> 현업에서 사용 가능한 AI기반 미디어 제작 도구 개발 <ul style="list-style-type: none"> * AI 멀티캠 프로젝트(VERTIGO), AI 컬러복원 프로젝트 개발 시청 전수 데이터 분석을 목표로 AI 기반 데이터분석 연구를 수행하여 콘텐츠사업 및 경영전략 수립에 필요한 인사이트를 제공 <ul style="list-style-type: none"> * 미디어 인텔리전스 시스템, 사용자기반 시청데이터 분석 시스템, AI 기반 대용량 시청 데이터 분석 기술 개발
MBC	AI 전략팀	<ul style="list-style-type: none"> 멀티모달 AI 분야의 기술 혁신과 콘텐츠 활용의 새로운 가능성을 모색 <ul style="list-style-type: none"> * MBC는 ‘대한민국 배경영상 상세 설명문 데이터’ 구축 사업의 주관기관을 맡아, 실사 배경 중심으로 클리핑한 1만 개 이상의 영상 클립을 AI 학습용 데이터셋으로 구축
SBS	SBS 미디어기술 연구소 AI TF팀	<ul style="list-style-type: none"> 인물 초상 기반 영상 합성, 촬영 대체 콘텐츠 실험 등 AI 영상 생성 기술 도입 음성 합성, 자동 편집, 메타데이터 기반 장면 검색 등 기술을 제작에 적용하는 등 콘텐츠 제작 고도화 추진 AI의 내부 서비스 적용 외 외부 사업화 추진 등 플랫폼 적용 추진

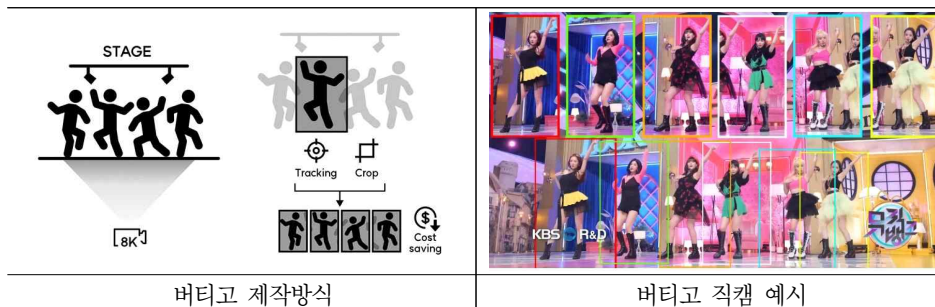
출처: KBS 미디어기술연구부 홈페이지, 방송과기술(2024.04.09.), SBS 미디어기술 홈페이지

1) KBS

KBS는 방송사들 중에서도 가장 적극적으로 AI기술의 방송분야 적용을 시도하고 있다. KBS는 지난 2022년에 『2025-2027 중장기 계획』을 발표하고, ‘AI 등 혁신 기술을 활용한 방송·미디어 서비스 제공’을 10대 중점 추진 과제로 선정하여 AI 기술을 도입하고 있다. 대표적으로 2018년부터 KBS가 개발한 AI기술을 활용한 멀티캠 영상 제작 솔루션인 ‘버티고(VVERTIGO, 이하 ‘버티고’)’ 시리즈를 중심으로 다양한 분야에 AI를 적용하는 등 AI기반 자동화 솔루션 개발과 적용에 적극적이다.

AI엔진이 탑재된 ‘버티고’는 초고해상도(8K 이상) 영상 내 인물을 자동으로 추적하고, 개인별 리프레임 영상을 생성할 수 있는 AI 기반 멀티캠 영상제작 솔루션이다. ‘버티고’를 사용하면 다수의 출연자가 나오는 공연이나 행사무대 전체를 8K 카메라로 촬영한 후 AI가 출연자를 자동으로 인식·추적하여, 개별 출연자마다 세로 직캠¹⁾ 영상을 제작할 수 있다. 버티고에 사용된 기술은 얼굴 인식 인공지능(AI)기술과 고속 렌더링 기술로, 영상 내 등장인물을 인식하여 움직임 추적 및 데이터 추출이 가능하고 프레임단위로 인물의 위치를 추적하거나 이미지 삽입(interpolation) 및 컷 이동을 설정할 수 있다. 또한, ‘버티고’의 UI/UX 편집 시스템은 원본 영상을 유튜브, 틱톡 등의 다양한 동영상플랫폼에 최적화된 비율로 자동변환할 수 있으며, 영상 색보정 및 트리밍, 렌즈왜곡 보정, 로고 및 시퀀스 이미지 오버레인 작업 등의 일반적인 영상 편집이 가능하다(한국방송기술인협회, 2024). 이러한 자동화된 편집기능은 방송영상 후반편집 업무를 획기적으로 효율화할 수 있다. 그뿐만 아니라, 버티고는 멀티 GPU 기반의 렌더링 기술을 사용해, 사용 영상편집기(Non-Linear Editing system, NLE) 대비 2배 이상 빠르게 초고화질 영상에 대한 실시간 프리뷰 또는 색보정 작업이 가능하다(한국방송기술인협회, 2024²⁾)

[그림 2-10] 버티고(VVERTIGO) 소개

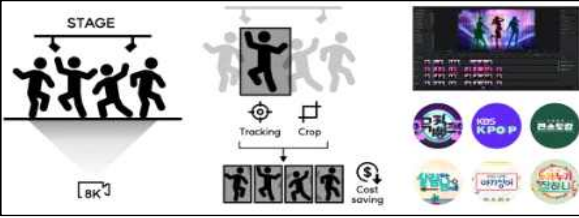
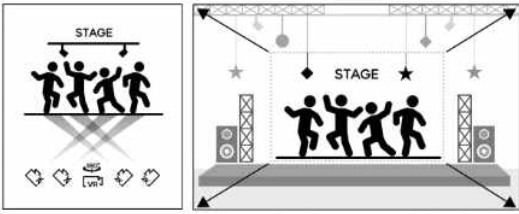


출처: KBS(2023.05.16.) KBS, KOBA에서 멀티캠 영상 제작 솔루션 ‘버티고’ 선보여 <KBS>
https://mylovekbs.kbs.co.kr/index.html?source=mylovekbs&sname=mylovekbs&styp e=magazine&contents_id=70000000400068

- 1) 직접 촬영한 카메라 영상의 약자로, 주로 아이돌이나 연예인의 공연·행사 영상을 촬영하는 것을 의미함
- 2) 한국방송기술인협회(2024. 2. 2.). 캐논코리아, 차세대 영상 편집 솔루션 ‘버티고(VVERTIGO)’ 베타 버전 배포, Enterprise News, 방송과 기술, pp.84.

‘버티고’는 제공하는 기능에 따라, ‘버티고’, ‘버티고 라이브’, ‘버티고 비전’ 등의 세가지 버전으로 개발되었다. ‘버티고 라이브’는 실시간 중계에도 영상 리프레이밍 기능을 제공하는 실시간 기능을 제공하며, ‘버티고 비전’은 애플의 비전 프로나 메타의 퀘스트 등 XR기기에 서 감상할 수 있도록 무대 공간을 확장하여 몰입형 콘텐츠 제작을 지원해주는 기능을 제공한다. ‘버티고 비전’은 기존의 무대 디자인 학습데이터를 이용하여 세트 이미지만 제공되더라도 무대를 확장해 넓은 시야감과 몰입적인 시청을 제공하는 XR전용 콘텐츠를 생성할 수 있다.

[그림 2-11] 버티고(VERTIGO) 시리즈

구분	기능
<p style="text-align: center;">버티고 (VERTIGO)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 출연자 개인별 리프레이밍 영상 제작 솔루션 - 2018년 개발, 2019년부터 <뮤직뱅크>, <불후의 명곡>에 적용함 <div style="text-align: center;">  </div> <p>이미지 출처: KBS(2023. 5. 16.) KBS, KOBA에서 멀티캠 영상 제작솔루션‘버티고’선보여, KBS홈페이지</p>
<p style="text-align: center;">버티고 라이브 (VERTIGO Live)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 버티고의 실시간 중계용 버전 - 2022년 12월에 출시함
<p style="text-align: center;">버티고 비전 (VERTIGO Vision)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 무대 공간을 확장하며 몰입형 XR 콘텐츠로 변환 - 2025년 5월에 공개함 <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">pre-VERTIGO VERTIGO-VISION</p> <p>이미지 출처: 전숙희(2025. 1. 7.) KBS, CES 2025에서 ‘버티고 비전’ 기술 공개, 방송기술저널</p>

출처: 이동준(2024) 국내 방송·미디어의 AI 기술 활용과 미래, 한국방송통신전파진흥원 미디어 이슈&트렌드 Vol.64

‘버티고’는 <뮤직뱅크>, <불후의 명곡>, <대기획 god 콘서트>, <가요대축제>, <국제방송 70주년> 등의 음악 프로그램은 물론, <편스토랑>, <누가누가 잘하나> 등 관찰 예능 프로그램에도 확대 적용되고 되고 있다. KBS는 이 기술을 사내 제작에 활용하는 데 그치지 않고, 외부 사업화가 가능하도록 솔루션 제품화를 추진해왔다. KBS(2023. 5. 16)에 따르면, ‘버티고’ 기술은 2020년에 LG유플러스 ‘아이돌라이브’에 판매되었으며, 최근에는 2024년 4월에는 캐논코리아와 업무협약을 맺고 본격적인 솔루션 상용화를 추진하고 있다.

이외에도 KBS는 생성형 AI를 활용한 콘텐츠 제작을 다양하게 시도 중이다. 예를 들어, 2025년 5월 5일 어린이날에는 AI 기반 캐릭터 디자인, 애니메이션 생성, 음성 합성 기술을 활용해 제작한 애니메이션 <전설의 고향-구미호>를 방송한 바 있으며, 라디오 뉴스 채널에서는 실제 아나운서의 목소리를 학습한 AI가 오후 4시 뉴스를 진행하는 ‘AI 앵커 시험 방송’을 시작하기도 했다. 장수 프로그램 <TV쇼 진품명품> 30주년 특집 방송에서는 생성형 AI로 복원한 1930년대 서울의 모습을 시청자에게 선보이는 등, 창의성과 기술력을 결합한 AI 활용사례를 다각도로 확대 중이다.

[그림 2-12] KBS AI 활용사례



출처: 방송과기술(2025.04.02.) KBS, ‘AI 방송 원년’ 선언. 방송제작에 AI 활용 높여 <방송과기술>

아울러, KBS는 재난방송 분야에서도 AI 기술을 적극 도입하여, 신속하고 정확한 정보 전달을 위한 시스템을 구축하고 있다. 2023년부터는 전국 12,000여 대의 CCTV를 연계한 재난 상황 자동 탐지 시스템을 운영하여, 지진, 침수, 산불, 화재 등 재난 발생 시 AI가 즉

시 탐지하고 관련 영상을 실시간으로 국민에게 제공하고 있다.

이외에도 KBS는 ‘보이는 라디오’ 형식으로 라디오프로그램 생방송을 진행하면서, KBS가 자체 개발한 ‘AI카메라 시스템’을 활용하여 진행자와 출연자 중 화자가 누구인지 식별해서 스스로 피사체에 맞춰 영상을 전환하는 방식으로 라디오방송의 영상을 제작하고 있다(KBS, 2025. 3. 14).

또한 아나운서의 목소리, 말투, 억양, 습관 등을 학습한 AI보이스를 활용하여, AI 아나운서, AI 앵커 등도 시도하고 있다. 대표적으로 라디오 방송인 ‘KBS 한민족방송’에서 KBS 아나운서의 목소리를 학습한 AI가 오후 4시 뉴스를 진행하고 있다(KBS, 2025. 3. 4). KBS는 AI 음성생성 기술을 활용해 향후에 ‘AI표준 한국어 발음 서비스’, ‘AI 시각장애인 해설 방송’ 등 무료 보편적인 서비스를 시청자에게 제공하는 방안을 추진할 예정이다(KBS, 2025. 3. 3.)

2) MBC

MBC의 가장 대표적인 AI 프로젝트는 세계 최초 AI PD ‘엠파고’를 활용한 프로그램 <PD가 사라졌다!>이다. 해당 프로그램은 핵심 의사결정자인 PD의 역할을 인공지능에게 맡겼을 때 발생하는 다양한 상황을 담은 예능 콘텐츠이다. AI PD인 ‘엠파고’는 출연자 공개 모집 공고문 생성, 캐스팅, 방송연출, 자동촬영, 후반 영상 편집 등 PD의 전 과정을 스스로 판단하고 의사결정하고 있다.

이 프로젝트는 최첨단 딥러닝 AI생성기술 스타트업인 클레온과의 협력을 통해 구현되었으며, 디지털 휴먼 기술, 실시간 AI 편집, 입술 모양 학습, 음성(STT/TTS) 기술 등이 종합적으로 적용되었다.

[그림 2-13] MBC 'PD가 사라졌다'



출처: (원자료) 클레온 / 황지선(2023.12.27.) PD 없는 방송국? '세계 최초' AI가 제작한 프로그램...클레온, MBC에 AI PD 구현 기술 제공 <미래경제뉴스>

최근에는 AI를 다큐멘터리 프로그램 기획의 주요 요소로 포함하는 시도도 이뤄졌다. 지난 7월에 8개 지역 MBC는 공동제작 다큐 프로그램인 <지역생존 AI 프로젝트-우리 고향, 부탁해>를 제작하여 지역생존과 관련한 해법을 인공지능을 통해 발굴하는 프로그램을 기획했다. <지역생존 AI 프로젝트-우리 고향, 부탁해>은 지역 소멸시대에 인간과 AI가 함께 공존할 수 있는 해법을 AI가 학습 분석한 데이터를 통해서 발굴한다는 취지의 특집 다큐멘터리 프로그램이다(윤유경, 2025. 8. 7.) 이처럼 MBC는 AI자체를 방송프로그램의 기획 요소로 활용하려는 시도를 지속하고 있다.

이외에도 MBC는 생성형 AI를 제작도구로 활용하여 다양한 프로그램의 영상콘텐츠 제작에 활용하고 있다. 대표적으로 MBC 예능프로그램인 <신비한TV 서프라이즈>와 <심야 괴담회>와 같이, 적은 규모의 예산으로 사건을 재현하는 영상을 촬영해야 하는 프로그램에서 재현배우와 무대세팅 등의 비용을 절감하고 시청자들에게 생생한 영상을 제공하는 데에 AI가 사용된다. <신비한 TV 서프라이즈>는 최근 특집 코너 'Project AI'를 통해 생성형 인공지능으로 제작한 재연 영상을 선보이고 있다. 1965년 소련 우주인 알렉세이 레오

노프의 우주 유영과 1911년 모나리자 도난 사건을 다룬 에피소드에서는 외국인 배우 대신 AI로 생성된 인물들이 등장한 바 있다. <심야괴담회>에서도 이야기 재연 장면에서 AI를 적극적으로 활용하고 있다.

[그림 2-14] MBC AI 활용사례



출처: 정민경(2024.07.18.) “제작비 때문에...” 배우 대신 AI 쓴 MBC ‘심야괴담회’ 도마에 <미디어 오늘>, 김태현(2025.07.09.) ‘공식적으로 인류 일자리 첫 소멸 사례’... ‘서프라이즈’ AI 재연 영상 도입 그 이후 <우먼센스>

또한, MBC는 AI 영상개선기술을 활용하여 MBC가 보유하고 있는 기존 방송프로그램(예: 드라마 대장금, 2003년작)을 UHD급 초고화질 영상으로 변환하여 IPTV의 VOD서비스로 제공하고 있다 (성시훈, 2023. 4.). 2010년대 이전까지 제작된 대부분의 디지털방송프로그램들은 대부분 34만화소(720x480) SD급 수준에 머물고 있기 때문에, 최근 시청자들이 선호하는 HD화질이나 UHD 화질에 부합하는 시청환경에 적합하지 않다. 따라서, 저화질로 제작된 방송프로그램을 재방송하거나 OTT를 통해 재배포할 수 있도록, 영상품질을 개선하는데에 AI를 활용하고 있다. 성시훈(2023.4.)에 따르면, 기존 디지털영상화면을 초고화질 영상으로 개선하기 위해서는 숙련된 영상전문가 기준으로 1시간 당 107,892장의 영상을 처리해야 하는 만큼 많은 노동이 필요하다고 한다. AI기술은 딥러닝 기술과 미디어처리기술을 통해 이러한 작업을 자동화함으로써, 효율적으로 영상의 잡음(noise)를 제거하고 있다.

[그림 2-15] MBC 드라마 대장금(2003년작)의 AI영상화질 개선 비교



<그림 3> MBC 드라마 대장금(2003년작)의 AI영상화질개선 전(좌)과 후(우) 비교

출처: 성시훈 (2023.04). 「MBC의 미디어AI 서비스」. 방송과 미디어, 제28권 2호, 55쪽.

AI의 높은 효율성과 빠른 속도는 제작비 압박을 받고있는 지역MBC 방송사들의 제작비 절감에 기여하고 있다. 여수MBC는 지역 MBC에서는 처음으로 2021년에 AI가상 인간을 기상캐스터로 활용하는 뉴스서비스를 선보였다. 여수MBC는 인공지능 서비스 개발사인 마인즈랩과 협력해 2021년 10월부터 'AI유승민 기상캐스터'를 내세워 매일 2회 라디오 뉴스와 전남 동부권 뉴스데스크 시간에 날씨 정보 서비스를 제공하고 있다(연합뉴스, 2021. 9. 30).

최근에는 인기있는 아나운서였던 고인의 음성을 학습한 AI음성을 통해 FM라디오 방송을 시도하고 있다(이정국, 2024. 7. 31). 인공지능 음성 기술 회사인 수퍼톤은 MBC의 인기 FM프로그램이었던 'FM영화음악'의 진행자였던 고정은임 아나운서의 목소리를 AI로 학습하여 MBC 라디오 특집방송인 <여름날의 재회>에서 복원했다.

3) SBS

SBS는 2023년 말부터 약 10명 규모의 AI TF를 구성하여 AI 연구 및 개발을 추진하고 있으며, 3개의 분과로 나누어 운영 중이다. 제1분과는 영상을 이해하는 초거대 AI 모델을 개발하여 촬영분과 아카이브 콘텐츠에 적용하고, 관련 문제 해결을 담당하고 있다. 제2분과는 디지털 콘텐츠 제작 및 유통 과정에 초거대 AI 기술을 적용하여, 실무에 바로 활용 가

능한 플랫폼을 고도화하는 업무를 수행한다. 제3분과는 내부 인프라 기반의 AI 서비스를 그룹사 및 외부로 확장·공유하는 역할을 맡고 있다.

SBS는 메타데이터 없이도 장면 검색이 가능한 벡터 임베딩 기술을 개발하여, 자체 'AI 통합플랫폼'을 통해 대규모 방송 영상 콘텐츠를 효율적으로 관리하고 있다. 벡터 임베딩은 텍스트, 이미지, 영상, 음성 데이터를 벡터(수치화된 형태)로 변환하여, 유사한 의미나 형태의 정보를 효율적으로 탐색할 수 있도록 하는 기술이다. 이를 통해, 이름이나 키워드 없이도 인물의 특징이나 대사 내용만으로 관련 장면을 검색할 수 있다.

실제 활용사례로는 <2022 연예대상>에서 인물별 출연 시간을 분석하여 '아들딸 상' 콘텐츠를 제작·방송한 사례가 있으며, <2023 연예대상>에서는 인물별 글로벌 유튜브 조회수를 분석하여 '숏클립 최다뷰 상' 콘텐츠를 제작·방송한 바 있다.

[그림 2-16] SBS AI 통합플랫폼 인물 검색 화면



출처: (원자료) SBS AI 통합플랫폼 화면 갈무리(2022), 유성(2024.10) AI 시대를 대비하는 SBS : 혁신과 미래를 위한전략, 한국방송통신전파진흥원 미디어 이슈&트렌드 Vol.64

4) 종합 분석 및 시사점

지상파 방송사 모두 AI 기술을 적극적으로 도입하고 있으나, 그 활용 전략에서는 뚜렷한 차이가 있다. KBS는 기술 선도와 상용화에 중점을 두고 있으며, 자체 개발한 AI 기반 멀티캠 솔루션 '버티고(VVERTIGO)'를 해외에 수출함으로써 기술 경쟁력을 입증하기도 했다. 반면, MBC는 콘텐츠 기획에 있어서 혁신과 실험적 시도에 AI를 기획 요소로 사용

하고 있다. 세계 최초의 AI PD를 등장시킨 프로그램 <PD가 사라졌다!>나 AI의 대답을 방송의 핵심 내용으로 삼는 <지역생존 AI프로젝트> 등과 같은 도전적인 기획이 그 사례이다. 전반적으로 KBS는 솔루션 확보에 집중하고 있는 반면, MBC는 원천기술이나 솔루션 확보보다는 콘텐츠비용 절감과 제작 효율성에 중점을 둔 경향이 강하다. 이외에도 SBS는 AI 기반 플랫폼 구축과 외부 사업화에 주력하여, AI 기술의 조직 내외 확산과 사업적 활용을 목표로 하고 있다.

이 같은 방송사별 차별화된 AI 전략은 각기 다른 영역에서의 혁신을 촉진하며, 방송업계 전반의 AI 생태계 조성에 긍정적인 영향을 미치고 있다. 다양한 전략과 실험이 축적되면서 기술적 노하우가 형성되고, 업계 전반의 기술 수용성과 적응력이 향상되고 있다. 또한, AI 기술 도입은 제작 비용 절감과 편집 업무 효율성 제고에 실질적인 성과를 가져오고 있다. 예를 들어, KBS는 '버티고' 기술을 활용해 한 대의 고해상도 카메라로 멤버별 직캠 영상을 자동 생성함으로써, 기존 대비 약 80%의 제작 시간 단축 효과(방송·통신기술 ISC, 2025.06.25.)를 달성했다고 한다.

그러나 AI 활용이 항상 긍정적인 결과만을 초래하는 것은 아니며, 시청자의 몰입을 저해한다는 비판을 받고 있다. <MBC 심야괴담회>의 경우, 생성형 AI로 제작된 삽화가 현실감과 물리적 특성이 부족하여 어색하다는 시청자 불만이 제기되었으며, 일부는 몰입도가 떨어졌다는 반응을 보였다(미디어오늘, 2024.07.18.).

AI 기술 도입은 방송 제작 인력의 구조에도 영향을 미치며, 일자리 감소에 대한 우려를 증폭시키고 있다. <서프라이즈>의 재연 장면에서 과거에는 배우가 직접 출연했으나, 현재는 AI가 생성한 인물이 등장하면서 배우뿐만 아니라 분장, 의상, 소품, 촬영, 조명 등 다수의 제작 인력이 대체되고 있다. 미국 애니메이션 노조(PD저널, 2024.02.01.)에 따르면, 2026년까지 생성형 AI 확산으로 인해 약 20만 3,800개의 엔터테인먼트 일자리가 사라질 것으로 예측한 바와 같이, 국내에서도 방송작가, 게임 그래픽 디자이너, 성우 등 창의적 사고 기반 직무가 AI 대체 가능성이 높은 직종으로 지목될 수 있다. 이러한 현상은 AI 기술 도입이 단순한 자동화 수준을 넘어, 콘텐츠 제작 생태계의 구조적 변화로 이어질 수 있다는 점에서 중요한 시사점을 제공한다.

제2절 방송 분야의 인공지능 활용에 따른 영향 분석

1. 방송 영상 제작 워크플로우별 AI 활용에 따른 영향 분석

인공지능(AI) 기술은 방송 산업 전반에 걸쳐 제작 효율성을 높이고, 새로운 시청경험을 제공하는 등 콘텐츠 제작 및 유통의 전 과정에서 혁신적인 변화를 일으키고 있다. 하지만, 신기술의 발전 속도를 법적·윤리적·조직적·기술적 체계가 따라가지 못하는 불균형으로 인해, 기술의 긍정적인 잠재력을 실현하는 것과 동시에 다양한 역기능에 대응하는 것이 중요한 과제로 대두되고 있다.

이러한 역기능은 단순한 기술적 결함뿐 만 아니라 AI활용을 조직 측면에서 통제하지 못하거나, 기존의 법·제도적 틀이 새로운 기술 환경을 포괄하지 못하는 등 구조적인 문제에서 기인하고 있다. 이에 본 절에서는 방송 분야의 AI활용에 따른 순기능과 역기능을 종합적으로 분석하고자 한다. 특히, AI 활용에 따른 역기능을 TOE프레임워크를 활용하여 체계적으로 분류하고 그 위험의 우선순위를 평가함으로써, 방송분야 AI 기술의 안전하고 신뢰할 수 있는 활용을 위한 원칙의 우선순위를 도출하고자 한다.

가. 방송 영상 제작 워크플로우별 AI활용의 순기능과 역기능 분석

방송분야에 있어 AI활용은 워크플로우 단계별(기획-제작-유통 및 서비스)로 각기 다른 양상을 보인다. 각 단계에 따라 AI기술 수용도에 차이가 있으며, 목적에 따라 AI 기술 종류와 활용도에 차이가 존재하는 만큼, 워크플로우 단계별로 AI 활용으로 인한 순기능과 역기능을 구체적인 사례와 함께 분석하고자 한다.

1) 방송 영상 제작 단계별 AI 활용의 순기능

(1) 기획단계

콘텐츠 기획, 자료조사, 제작 계획 수립 등 제작 전 준비 과정인 기획 단계에서 AI는 방대한 데이터 분석과 자동화를 통해 효율성과 심층성을 동시에 강화하여 정보의 신뢰성 확대에 기여하고 있다. AI는 방대한 자료를 효율적으로 수집하고 점검하여 콘텐츠 기획의

질을 높인다. 소셜 미디어 트렌드나 시청자 데이터를 분석하여 콘텐츠 타겟층의 관심사를 파악하고 이를 바탕으로 새로운 프로그램 아이디어를 발굴하거나 시청률을 예측하는데 활용된다. 이와 더불어 문법적 오류, 오타, 자료 결함 등에 대한 사전검증으로 정보의 신뢰도를 높이며, 참고 영상이나 자료를 신속하게 제작하여 정보 전달의 효율성과 시청자의 이해도를 제고한다. 또한, 제작 계획 수립시 방송시설 및 인프라, 인력 등을 최적화된 배분을 통해 불필요한 비용을 줄임으로써 비용 효율성을 달성할 수 있다.

(2) 제작단계

제작단계에서의 AI 기술 활용은 창작과 연출의 물리적·기술적 한계를 극복하게 하여, 보다 폭넓고 창의적인 콘텐츠 제작을 가능하게 하고 있다. 특히, 생성형 AI는 이미지·음성 합성, 캐릭터 제작 등 다양한 분야에 활용되어 창의적인 연출을 적극적으로 지원한다. 기존에는 막대한 비용과 시간으로 구현하기 어려웠던 장면과 캐릭터 등을 생성형 AI를 활용하여 구현할 수 있게 되면서, 다양한 스토리와 신선한 연출이 가능해졌다. 동시에, 시간이 많이 소요됐던 후반 작업이 AI를 활용하여 자동화되어 시간과 비용 절감을 통해 제작 효율성을 크게 확대하고 있다. 또한, 방송 법률 및 심의 기준 위반 여부를 자동으로 점검하여 법적 리스크를 사전에 관리하고 책임성을 확대하는 것 또한 제작 단계에 있어 AI활용의 중요한 순기능이다.

(3) 유통 및 서비스 단계

유통 및 서비스 단계에서 AI기술은 시청자 데이터를 분석하여 개인화된 추천 및 서비스 등 초개인화된 경험을 제공하고 미디어 접근성을 높이는데 중추적인 역할을 수행하고 있다. AI 알고리즘은 시청자의 시청 이력, 선호도, 시간대 등을 분석하여 정교한 개인화 추천 및 맞춤형 서비스 제공에 활용할 수 있다. 또한, AI는 시청자에 따라 필요한 글자크기, 화면밝기 등 시청지원 기능 제공을 가능하게 하면서 미디어 소외계층의 접근성을 강화하고 있다. 아울러, AI는 기존 방송 콘텐츠를 자동으로 요약하거나, 특정 주제나 인물 중심으로 재편집하여 숏폼 콘텐츠를 생성하는 등 콘텐츠 재유통이 가능해짐에 따라 콘텐츠 수명주기를 확대하고 부가가치를 창출한다.

<표 2-7> 워크플로우 단계별 방송분야 AI활용에 따른 긍정적 영향

구분	방송분야 AI활용에 따른 순기능
기획단계	<ul style="list-style-type: none"> • 방대한 자료의 효율적 수집과 점검 등으로 내용의 심층성과 신뢰성 확대 • 문법적 오류, 오타, 자료 결함 등에 대한 사전 검증으로 정보의 신뢰성 확보 • 참고영상 및 자료 제작의 용이성 확대로 정보 전달의 효율성 확보 및 시청자 이해도 제고 • 방송시설/인프라, 인력 등의 효율적 계획 수립으로 불필요한 비용지출 감소
제작단계	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 스토리, 자연스러운 표현 가능성이 제고되어 기술적/물리적 창작 한계 극복 • 기존에 없던 실험적 컨셉 구현이 가능하여 콘텐츠 연출에 새로운 방향을 제시 • CG, 특수분장 대비 비용 절감이 가능하고 신속한 제작이 가능함 • 적은 인력으로 콘텐츠 제작이 가능한만큼 제작 효율성 향상 • 법률 및 심의기준 위반 여부에 관한 자동화된 점검을 통해 정보의 신뢰성과 책임성 확대
유통 및 서비스 단계	<ul style="list-style-type: none"> • 개인화된 콘텐츠 추천으로 선택 용이성 증가 및 시청률 제고 효과 • 리버저닝이 용이해지고 콘텐츠 재편집을 통한 재창조가 가능해짐에 따라, 콘텐츠 수명주기가 확대되고 재유통 가능성 증가 • 시청자 개개인의 필요에 부합한 시청환경(글자크기, 화면밝기, 음량 조정 등) 제공 가능 • 장애인/외국인 등과 같이 소수 시청자의 필요에 맞는 시청지원 기능 제공 가능

2) 방송 영상 제작 단계별 AI 활용의 역기능

방송분야의 AI활용은 제작 효율성과 창의성 측면에서 긍정적인 효과를 창출하고 있지만, 새로운 기술의 도입으로 인해 기술적·조직적·환경적 요인이 복합적으로 작용하는 다양한 역기능이 존재한다. 이러한 역기능은 워크플로우 단계별(기획-제작-유통 및 서비스)로 구체적인 형태로 나타난다.

(1) 기획단계

기획 단계에서의 AI 활용은 데이터 분석과 자료 수집 등 학습 과정에서 데이터 편향과 정보 왜곡의 위험을 내포한다. AI가 특정 지역, 정치적 성향, 연령 등 편향된 데이터를 학습할 경우, 특정 시각이나 가치관에 치우친 기획안을 제안할 가능성이 있으며, 이는 방송

의 객관성과 공정성을 저해하는 결과로 이어질 수 있다. 또한 생성형 AI는 사실이 확인되지 않은 정보를 근거로 문장을 생성하는 경향이 있어, 기획 단계에서 허위정보가 포함될 위험이 있다. 이러한 현상은 조직 내부에서 AI가 생성한 자료를 비판적으로 검토 및 검증하는 팩트체크 기능이 약화되어 있을 경우 더욱 심각한 문제를 초래할 수 있다.

아울러 사회적 갈등이나 민감한 주제에 대해 AI가 맥락을 고려하지 못한 채 기계적으로 접근할 경우, 윤리적 논란이나 사회적 비난을 초래할 가능성도 있다. 특히 공정한 보도와 중립성이 중요한 뉴스 기사에서 AI가 비의도적으로 제안한 차별적 표현이나 부적절한 소재에 대한 검수가 없다면, 이는 사회적 파장으로 이어질 수 있다.

(2) 제작단계

제작 단계에서는 AI 기술이 실제로 콘텐츠를 생산 및 가공하는 과정에 활용되면서, 기술·윤리적 위험이 보다 직접적으로 나타난다. 생성형 AI가 기존 창작자의 작품 스타일, 대본, 영상 편집 방식을 학습하여 유사한 콘텐츠를 생성할 경우, 원작자의 저작권 침해 가능성이 존재한다. 또한 디지털 휴먼 등 딥페이크를 이용한 합성 기술의 활용이 증가함에 따라, 실존 인물의 외형이나 목소리를 무단으로 활용하는 것은 초상권 및 신원 도용의 문제로 이어질 수 있다. 아울러, 고인의 이미지나 음성을 재현하는 과정에서 사전 동의 부재로 인한 '잊힐 권리' 침해 논란을 유발할 수 있다.

미국에서는 이러한 문제를 둘러싸고 작가·배우 조합이 제작자들과의 갈등 끝에 파업을 강행했으며, 파업의 핵심 쟁점 중 하나는 AI이다. 작가들은 AI가 쓴 글을 구분하고, 작가들이 적은 보수를 받고 AI가 작성한 초안을 수정하는 행위를 제안하라는 조건을 요구했다. 배우들은 자신이 촬영한 영상을 AI에게 학습시켜 복제품을 만들 때 사전 동의와 합당한 보상을 주장했다.

제작 단계의 자동화는 효율성을 높였다는 장점이 있지만, AI 기반 자동 편집 및 자막 생성 기술의 확산은 인간 제작자의 개입을 축소시키는 부작용을 낳고 있다. AI 기반 자동 편집 및 자막생성 기술은 인간 고유의 편집 감각이나 연출 의도의 반영을 약화시키는 현상이 나타나며, 결과적으로 콘텐츠의 완성도와 예술성을 저하시킬 수 있다. 나아가 이러한 제작 과정의 자동화는 방송 기술·편집 인력의 일자리 감소라는 고용 불안으로 이어진다.

실제 사례로, MBC <서프라이즈>의 한 회차의 재연영상을 AI로 제작하면서 재연 배우

를 비롯해 분장팀, 의상팀, 소품팀, 촬영 스태프 등 수십 명의 전문 인력이 일자리를 잃는 상황이 발생했다. 해외의 경우, 아마존 등 글로벌 빅테이와 같이, AI도입으로 인한 일자리 감소의 우려는 점차 현실화되고 있다. 또한, AI로 제작된 콘텐츠의 부자연스러움으로 인해 시청자들이 불쾌함을 느끼는 사례에도 나타나고 있다. MBC <심야괴담회>는 프로그램에 삽입되는 재연 장면 전체를 AI로 제작하고 있는데, 시청자들은 ‘기괴하다’, ‘몰입이 깨진 다’라는 반응을 보이며 부정적인 평가를 내렸다. 이처럼 AI활용은 과도한 AI기술의 의존으로 콘텐츠 자체의 품질저하를 가져오기도 한다.

[그림 2-17] MBC <심야괴담회> AI 재연연상에 대한 시청자 의견

번호	제목	작성자	작성일
106	AI 재연 좀 안했음 좋겠어요	서주영	2025.07.26
92	오--이번 시즌 귀신 다시 무섭게 돌아올 솔직히 귀신분장이나 AI 애니메이션 시즌3시츄4 유치하고 재미 없어서 안봤는데 이번 에 1편부터 오-- 실별 좋아줄아???? 계속 이렇게 귀신이 좀 귀신 다왔으면 좋겠어요 특수분장 하시는 분이 바뀌었나? 아니면 ...	류재훈	2025.07.17
70	제발 시랑 일러스트레이터 그림채움 그만요 ㅠㅠㅠㅠㅠㅠ	유채은	2025.07.07
68	AI... (1)	권은혜	2025.07.07
66	몰입도 깨지는 Ai	빅컨테	2025.07.06
22	심괴 ai싫어영	조현지	2025.06.29
15	재연 영상 ai	유순정	2025.06.22

출처: MBC 심야괴담회 홈페이지 https://program.imbc.com/BBS/horror5?bbs_id=horror5_bbs

(3) 유통 및 서비스 단계

유통 및 서비스 단계에서의 AI 활용은 콘텐츠 추천, 맞춤형 서비스 제공 등 여러 측면에서 혁신을 가져왔지만, 동시에 정보의 다양성 축소, 개인정보보호 문제, 기술 의존성 심화 등 부정적 영향의 발생의 가능성도 내포하고 있다.

AI 콘텐츠 추천 알고리즘은 과거 시청 이력과 선호 데이터를 기반으로 맞춤형 콘텐츠를 제공한다. 그러나 이러한 개인 맞춤형 추천은 이용자가 한정된 범주의 콘텐츠만 소비하게 되는 ‘필터버블(Filter Bubble)³⁾이나 ‘에코체임버(Echo Chamber)⁴⁾ 현상을 유발할 수 있

3) 필터버블(Filter Bubble): 인터넷 정보제공자가 이용자 맞춤형 정보를 제공해 필터링된 정보면 이용자에게 도달

다. 이러한 경우, 이용자는 동일한 유형의 콘텐츠만 반복적으로 노출되어 다양한 정보와 시각에 접근하기 어려워지고, 결과적으로 콘텐츠 소비의 다양성이 저해될 수 있다.

또한, AI 기반 콘텐츠 유통 과정에서 이루어지는 대규모 시청 데이터의 수집과 분석은 개인정보 침해의 위험을 수반한다. 시청자의 시청패턴 등의 세밀한 데이터가 과도하고 수집되거나 제3자에게 제공될 가능성이 존재하기 때문이다. 더불어, 생성형 AI를 활용해 유명인의 얼굴이나 목소리를 합성한 딥페이크 영상이나 가짜 뉴스성 콘텐츠가 유통될 경우, 방송의 신뢰도를 떨어뜨리고 사회적 혼란을 초래할 수 있다.

실제로, 미국의 선거 기간동안 코로나19 대응을 맡았던 파우치 전 미국 국립알레르기 전염병 연구소 소장을 트럼프 대통령이 껴안는 사진을 제작하고 배포하여 여론 왜곡을 시도한 사례가 있다.

[그림 2-18] 트럼프 전 대통령이 앤서니 파우치 전 전염병연구소장을 껴안는 가짜 사진



출처: 김병관(2023.09.13.) 더 쉽고 빠르고 값싸게 가짜뉴스 '뚝딱'...정치·경제 위협 가속 [심층 기획-AI 앞에 선 민주주의] <세계일보>

4) 에코체임버(Echo Chamber): 같은 의견을 가진 사람들끼리 모여서 서로의 주장만 반복, 증폭하는 현상

이와 관련된 또 다른 문제는 AI 기술이 발달함에 따라 생성 콘텐츠와 실제 영상의 경계가 흐려지면서, 시청자의 현실 인식을 왜곡하거나 허위·과장 광고에 악용될 가능성이 있다. 이와 더불어, 방송사별로 AI 활용 표기 방식이 상이하고, 공통된 기준이 명확히 규정되어 있지 않아 시청자가 AI로 제작한 콘텐츠를 인지하기 어렵다는 점도 함께 문제점으로 지적된다.

실제 사례를 살펴보면, 방송 프로그램이나 뉴스의 자료화면을 AI가 제작하는 경우가 늘고 있으나, AI 제작 여부를 표기하는 방식이 방송사와 프로그램마다 다르며, 표시를 안하는 경우도 확인할 수 있다. 방송 뉴스 자료화면의 경우 AI이미지나 AI오디오임을 알렸지만, 솜품 콘텐츠로 재편집되어 제공될 때에는 AI활용 사실을 별도로 표기하지 않았다.

[그림 2-19] 뉴스 자료화면의 AI사용 표시마크 비교(방송영상 VS 세로영상클립)




AI사용이 표시된 방송영상화면	AI사용표시가 제거된 클립
 <p>브라질에서 한 20대 여성이 버스로 이동중에 갑자기 숨졌는데</p>	 <p>버스에서 숨진 여성 몸에는 '아이폰 26대'</p> <p>몸속에 아이폰을 26대나 지니고 있었던 것으로 확인</p> <p>SBS NEWS 버스에서 숨진 여성...몸에는 '아이폰 26대' #reels</p>
 <p>해당 콘텐츠는 AI 오디오로 제작되었습니다</p>	

출처: (좌측 이미지) 심우섭 (2025. 8. 4) 버스에서 갑자기 사망한 20대...몸에 지니고 있던 26대의 아이폰, SBS, https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1008204287
 (우측 이미지) SBS 뉴스 페이스북 릴스 (n.d.). 버스에서 숨진 여성...몸에는 '아이폰 26대' #reels, <https://www.facebook.com/share/r/1Cn7R2892c/>

프로그램별로 AI 콘텐츠 표시를 살펴보면, KBS의 <TV쇼 진품명품>에서는 30주년 특집으로 방영한 '콜렉터-들'편에서 함석태 선생님의 삶을 재연하는 영상에서 AI를 활용하였으며, 영상 초반과 중간에 화면 하단에 “AI로 생성한 .. 관련 영상입니다”라는 문구를 표기하였다. 제주도청은 정책 뉴스를 알리기 위해 버추얼 휴먼 기술을 활용한 AI 아나운서 '제이나(J-NA)'를 도입했으며, 제이나가 진행하는 뉴스 영상의 좌측 상단에는 'AI 아나운서'라는 문구를 표기하였다. 또한, MBC의 <프로젝트 AI>는 영상 초반과 중간에 화면 하단 중앙에 “<Project AI>는 생성형 AI로 제작하였습니다”라는 문구를 노출하였고, KBS의 <다큐 인사이드>는 화면 우측 하단에 작은 글씨로 'AI 영상'이라는 자막을 표기하였다.

이와 같이, 동일한 방송사 내에서도 프로그램별로 AI 활용 표기 위치, 문구, 노출 시간 등이 상이하며, 통일된 기준 없이 자율적으로 표기하고 있는 것을 알 수 있다. 나아가, AI를 활용했음에도 AI 활용 사실을 전혀 표기하지 않는 사례도 존재한다.

[그림 2-20] 프로그램별 AI사용 표시마크

AI사용이 표시된 방송영상화면	표기 방식
	<ul style="list-style-type: none"> 영상초반과 중간에 화면 하단으로 “AI로 생성한.. 관련 영상입니다” 는 문구를 표출함
	<ul style="list-style-type: none"> 영상 왼쪽 상단 위에 'AI 아나운서' 라는 문구로 표시
	<ul style="list-style-type: none"> 영상 우측 하단에 작은 글씨로 'AI 영상' 이라는 문구로 표기



- 영상초반과 중간에 화면 하단으로 <Project AI>는 “생성형 AI로 제작하였습니다”는 문구를 표출함

출처: KBS(2025.03.04) <전설의 고향> AI로 환생... KBS, 'AI 방송 원년선언

https://mylovekbs.kbs.co.kr/index.html?sname=mylovekbs&stype=magazine&contents_id=7000000402539

안상현(2024.03.15) "월급 단돈 60만원..." 제주도 홍보하는 제이나 아나운서, 조선일보

https://www.chosun.com/economy/tech_it/2024/03/15/ST6BEFEB5RH53PMA6WGQT3QJVQ/

노지민(2025.07.27) AI가 대체한 재연, 고지 제작각...KBS "AI 가이드라인 준비", 미디어오늘

<https://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=327807>

김태현(2025.07.09) '공식적으로 인류 일자리 첫 소멸 사례... '서프라이즈' AI 재연 영상 도입 그

이후, 우먼센스 <https://www.womansense.co.kr/news/articleView.html?idxno=60446>

이러한 표기 기준의 불일치와 AI활용 여부의 불투명성은 시청자가 AI 제작 콘텐츠를 정확히 인식하는 데 혼란을 초래하고, 나아가 방송 콘텐츠의 투명성 및 책임성 제고에 장애로 작용하고 있다.

<표 2-8> 워크플로우 단계별 방송분야 AI활용에 따른 부정적 영향

구분	방송분야 AI활용에 따른 역기능
기획단계	<ul style="list-style-type: none"> • 편향된 데이터 학습으로 인한 편향된 기획 제안 • 사실 확인이 되지 않은 정보의 생성 및 제안 • 민감한 주제에 대한 기계적 접근으로 윤리적 문제 발생 • 과도한 자동화 의존으로 인한 팩트체크 기능 약화
제작단계	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 창작자의 스타일 모방 등 AI 생성 콘텐츠의 저작권 침해 • 디지털 휴먼의 초상권 침해, 고인 동의 부재로 인한 잇힐 권리 침해 • 방송기술 인력을 비롯한 방송 일자리 감소 • 과도한 자동화 의존으로 인한 전문성 저하 및 저품질 콘텐츠 양산

유통 및 서비스 단계	<ul style="list-style-type: none"> • 개인화된 콘텐츠 추천으로 인한 다양한 시각 접근 제한 • 시청자 데이터 수집 및 활용에 관한 윤리적 문제 • 유명인의 얼굴이나 목소리를 조작한 가짜 영상물로 인한 신뢰도 하락 • 시청자의 현실 인식 왜곡 • 허위·과장 광고로 인한 시청자 오인 야기 • 콘텐츠 식별 기준 미비
-------------	--

나. 워크플로우 전반의 공통적 역기능 및 시사점

앞서 살펴본 단계별 역기능 외에도, 특정 단계에 국한되지 않고 방송사 운영 및 산업 생태계 전반에 영향을 미치는 조직적·환경적·경영적인 측면에서의 공통적 역기능도 존재한다.

조직적 차원에서는 AI 기술 활용 과정에서 윤리적 의사결정 체계가 부재하다는 점이 주요 문제로 지적된다. 사회적 논란이나 민감한 주제를 다룰 때 맥락적 판단 없이 AI를 활용하여 기계적으로 접근할 경우, 윤리적 기준이 결여된 결과물이 생성될 수 있다. 또한 인간 검토 없이 자동화된 프로세스만으로 콘텐츠 품질을 관리하는 경우, 사실 왜곡이나 부적절한 표현이 포함될 가능성이 높아진다. 나아가, AI 오류나 윤리적 문제가 발생할 경우, 그 책임이 개인·조직 중 누구에게 있는지 불명확하여 내부의 책임성과 신뢰 기반을 약화시킨다. 이처럼 윤리적 의사결정 부재는 조직 전체의 거버넌스를 흔들고, AI 활용에 대한 조직의 신뢰성과 책임성을 약화시킬 수 있다.

경영적인 차원에서는 AI 도입 및 유지에 드는 막대한 비용과 투입 대비 성과(ROI)의 불확실성이 경제적 부담으로 작용한다. 이는 경영의 안정성과 혁신 추진의 의지를 약화하며, 내부 의사결정 과정에서도 AI도입을 지연시키거나 소극적으로 만드는 요인으로 작용한다. 특히, 중소 제작사의 경우 이러한 비용 부담이 AI 기술 도입의 진입장벽으로 작용하여 AI 기술 접근성이 제한된다. 그 결과, AI활용 능력에 따른 방송사 간 격차가 심화되고 사업자 간 경쟁 불균형을 야기할 수 있다.

환경적 차원에서는 AI 관련 사고 발생 시 법적 책임 소재가 불명확하다는 점이 주요 문제로 지적된다. AI가 생성한 콘텐츠에서 저작권 침해, 허위정보 유포, 인격권 침해 등이 발생했을 때, 이를 제작자·방송사·AI 개발사 중 누구의 법적 책임으로 규정할지 명확하지 않다. 이러한 책임 공백은 윤리적 통제 부재와 맞물려 피해 발생 시 법적 분쟁과 사회적

갈등을 유발하고, 방송사가 사전 예방적 관리에 소극적으로 대응하게 만든다. 나아가 핵심 AI 기술을 해외 플랫폼과 모델에 과도하게 의존하는 현실은, 향후 데이터나 모델 접근권이 제한될 경우 국내 방송 산업의 자율성과 경쟁력을 위협하는 또 다른 구조적 리스크로 이어질 수 있다.

이처럼 조직적·경영적·환경적 차원에서 공통적으로 나타나는 한계는, 방송사의 AI 활용 전략이 단순한 기술 도입을 넘어 윤리적 의사결정 체계 구축, 지속 가능한 데이터 거버넌스 강화, 합리적 투자 구조 설계, 법·제도적 보호체계 마련 등 종합적 대응을 필요로 함을 시사한다.

2. TOE프레임워크 기반 방송분야 AI활용 역기능 분석

앞서 본 연구는 방송 분야의 AI 활용에 따른 부정적인 영향을 워크플로우 단계(기획-제작-유통 및 서비스)를 기준으로 구분하여, 각 단계에서 어떠한 유형의 문제가 발생하는지 체계적으로 식별하였다. 이러한 단계별 접근은 AI 기술이 방송 제작 과정 전반에 미치는 영향을 구체적으로 파악하는 데 유용하다.

그러나 동일한 윤리적 문제가 여러 단계에 중복되어 나타나는 경우가 많아, 문제의 근본적인 원인과 책임 주체를 명확히 규명하는 데 한계가 존재한다. 이에, 현상 중심의 분석을 넘어 각 역기능이 발생하는 구조적 원인을 구분하고 우선순위를 파악하기 위해 TOE 프레임워크를 분석 틀로 적용하고자 한다. 이를 통해 본 연구는 방송분야의 AI 역기능의 영향도를 체계적으로 파악하고, 원인에 기반한 정책적 대응 방향을 제시하고자 한다.

가. TOE프레임워크

TOE프레임워크는 조직이 신기술을 채택할 때 의사 결정을 하는 과정에 영향을 미치는 요인에 대해 기술적, 조직적, 환경적 관점에서 체계적으로 분석하기 위해 개발된 이론적 틀이다. TOE 프레임워크는 조직의 IT 혁신 채택에 영향을 미치는 요인을 설명하고, 기술 수용 및 확산 연구에서 일관된 분석틀을 제공한다는 점에서 높은 일반화 가능성을 지닌다(길대호 외, 2025). 많은 선행 연구들이 TOE프레임워크를 활용하여 다양하고 복잡한 기술을 수용할 때 미치는 요인을 실증적으로 분석해 왔다.

여기서, 기술적 요인은 조직이 도입하고자 하는 새로운 기술의 적합성, 현재 사용하는 기술과의 부합성 등을 판단하여 결정할 때 영향을 주는 요인이다. 조직 내·외부 기술뿐 만 아니라 현재 조직이 보유한 설비와 프로세스 등도 포함된다. 조직적 요인은 기업의 규모, 조직의 복잡성, 인적자원, 경영관리 구조, 여유자원의 규모, 직원들 간의 관계 등과 같은 기업 자원과 특성을 의미한다(Tornatzky & Fleischer, 1990 ; 전중우 외, 2023). 이는 조직이 스스로 혁신을 채택하거나 구현, 촉진 또는 제약하는 프로세스에 많은 영향을 미치기 때문에 기술수용에 있어 중요한 요인으로 작용한다(이성종 외, 2025). 환경적 요인은 조직이 운영되는 활동영역으로 산업계, 산업 내에서 경쟁자, 자원 혹은 인력 공급자 그리고 정부 등을 통해 그 기업의 본질적인 비즈니스를 수행하는 외부 활동의 영역을 의미한다(Tornatzky & Fleischer, 1990; Zhu, Kraemer, & Xu, 2006; 허문호, 전중우, 2023).

이와 같이 TOE 프레임워크는 기술·조직·환경적 요인을 통합적으로 고려함으로써 신기술 도입의 동인과 제약 요인을 구조적으로 설명할 수 있는 유용한 분석 틀로 기능한다. 따라서 본 연구에서는 TOE 프레임워크를 기반으로, 방송분야에서 AI 기술이 도입·활용되는 과정에서 나타나는 역기능을 기술적, 조직적, 환경적 차원에서 체계적으로 분류하고 분석하고자 한다.

나. TOE프레임워크에 따른 방송분야 AI활용의 역기능 분류

본 연구는 방송 산업 내 AI 기술 도입에 따른 잠재적 리스크를 입체적으로 진단하기 위해, 방송산업의 워크플로우 단계별로 도출된 역기능을 TOE 프레임워크를 기반으로 분류하였다. 방송법이 지향하는 공적 가치와 글로벌 차원의 포괄적 AI 규범을 실무 현장에서 실효성 있게 구현하기 위해서는, 발생 가능한 역기능의 유형을 식별하고 진단하는 과정이 필수적으로 선행되어야 한다.

이에 본 연구는 방송 분야에서 AI 활용으로 인해 초래될 수 있는 역기능을 기술적·조직적·환경적 차원으로 구분하여 분석함으로써, 각 차원의 위협 요인을 사전에 예방하고 완화할 수 있는 대응 체계 구축을 위한 구조적 토대를 마련하고자 한다.

기술적 차원에서는 AI 기술 자체의 불완전성과 기술 오용 가능성에서 비롯되는 신뢰성 문제를 핵심적인 역기능으로 식별하였다. AI의 구조적 한계로 인한 정보 오류와 생성·편

집 과정의 불투명성은 콘텐츠 품질의 저하를 초래할 뿐만 아니라, 시청자의 진위 판단을 어렵게 만드는 주요 요인으로 작용한다. 또한 학습 데이터와 알고리즘에 내재된 편향성은 방송 콘텐츠의 공정성과 객관성을 근본적으로 훼손할 위험이 있으며, 딥페이크 및 합성 기술의 악의적 활용은 허위 정보 확산과 시청자 권익 침해를 야기함으로써 방송 전반에 대한 사회적 신뢰도를 저해하는 중대한 기술적 리스크로 작용한다.

이와 같은 기술적 리스크는 방송사 내부의 관리 체계와 인적 자원 운용을 다루는 조직적 차원의 문제와 밀접하게 연계된다. AI 도입 과정에서 자동화된 의사결정과 인간의 편집·검증 역할 간 경계가 모호해질 경우, 최종 책임 주체가 불분명해지면서 거버넌스 공백과 법적 분쟁 가능성이 증대될 수 있다. 아울러 AI 시스템에 대한 과도한 의존은 방송 인력의 사실검증(Fact-check) 기능 약화와 기존 전문 역량의 저하로 이어질 우려가 있으며, 이는 장기적으로 조직의 핵심 역량 축적을 저해하는 요인으로 작용할 수 있다. 더불어 AI 기술 도입 및 운영에 요구되는 높은 투자 비용은 방송사 간 기술 수용 격차를 확대시켜 제작 환경의 양극화를 심화시키는 조직 내부의 주요 관리 과제로 도출되었다.

환경적 차원에서는 법·제도적 공백과 방송 생태계 전반에 영향을 미치는 외부 요인을 중심으로 역기능을 진단하였다. AI 생성 콘텐츠의 공정성 확보 기준이나 식별·고지에 관한 표준화된 제도가 미비한 상황은 시청자의 알 권리를 제약하는 제도적 한계로 작용한다. 특히 글로벌 AI 모델에 대한 기술적 의존이 심화될 경우, 국내 로컬 콘텐츠의 자율성과 정체성이 약화되고 문화적 다양성이 위축될 가능성이 제기된다. 이러한 환경적 리스크는 이윤 중심의 콘텐츠 생산 구조와 결합될 때 방송이 지닌 공익적 책무와 사회적 기능을 훼손할 수 있는 거시적 위협 요인으로 작용할 수 있다.

〈표 2-9〉 TOE프레임워크에 따른 방송분야 역기능 분류표

역기능의 유형	
T 기술적 차원	T1. AI 생성 품질 및 신뢰성
	T1-1. AI 기술의 불완전성(환각, 맥락 오해 등)으로 인한 오류 발생 가능성
	T1-2. 기술적 오작동(시스템 에러, 보안 취약성)으로 인한 콘텐츠 품질 저하 가능성
	T1-3. AI 생성 영상의 생성·편집 과정 불투명성으로 인한 조작 여부 검증 및 진위 판단 곤란 가능성

	T2. AI 콘텐츠 제작의 편향성
	T2-1. 편중된 학습 데이터로 인해 AI 생성 콘텐츠에 편향성(특정 집단 배제, 고정관념 강화, 대표성 부족)이 반영될 가능성
	T2-2. AI 자동 편집·큐레이션 과정에서 특정 시각만 부각되어 다양한 관점이 누락될 가능성
	T3. 기술 악용 및 권리 침해
	T3-1. 딥페이크·합성 기술의 악의적 활용(신원 도용, 허위조작정보 유포)으로 인한 개인 명예훼손 및 여론 왜곡 가능성
	T3-2. AI 학습·활용 과정에서 본인 동의 없는 창작물·개인 정보(얼굴, 음성) 사용으로 인한 권리침해(저작권, 초상권, 개인정보) 발생 가능성
O 조직적 차원	O1. AI 거버넌스 및 책임 체계
	O1-1. 조직 내·외부(위탁, 외주 포함) AI 사용에 대한 최종 편집 책임 소재 불명확으로 인한 책임 회피 가능성 및 법적 분쟁 발생 가능성
	O1-2. AI 검증 및 관리 체계 부재로 인한 조직의 통제 공백 및 방송사로서의 책임 이행 불능 가능성
	O1-3. 조직 내의 데이터 관리(접근 통제, 기록·감사 등)가 미흡하여 내부 정보나 개인정보가 유출될 가능성
	O2. 인력 및 전문성
	O2-1. AI 자동화 과도 의존으로 인한 사실검증 책무 이행 소홀 및 방송 신뢰성 저하 가능성
	O2-2. AI 도입으로 인한 고용 대체 및 기존 인력의 전문성·숙련 기술 약화 가능성
	O3. 경제적 부담 및 투자
	O3-1. 높은 투자 비용 대비 불확실한 성과로 인한 AI 기술 도입 지연 및 기술 적용 저해 가능성
O3-2. 저비용 AI 도구 활용으로 인한 품질 및 신뢰성 저하 가능성	
E 환경적 차원	E1. 법·제도 및 방송 가치
	E1-1. AI 생성 콘텐츠의 공정성·다양성 보장을 위한 제도적 기준 미비로 인한 편향된 정보 유통 가능성
	E1-2. AI 관련 사고(권리침해, 허위정보 유포, 공적 책임 저해 등) 발생 시 법적 책임 및 대응 체계 부재 가능성
	E1-3. AI 생성 콘텐츠 식별 및 검증에 대한 표준화된 기준이나 관행 미정착으로 인한 시청자 알권리 제약 가능성
	E2. 시장 구조 및 산업 경쟁
E2-1. AI 자원 역량(기술력, 데이터 확보) 차이로 인한 방송사·제작사 간 격차 심화 및 양극화 가능성	

	E2-2. 이윤 중심 콘텐츠 양산으로 인한 콘텐츠 다양성 제한 및 공익적 콘텐츠 제작 약화 가능성
	E3. 투명성 및 문화적 다양성
	E3-1. AI 활용 방식 및 출처 표시 원칙 부재로 인한 시청자의 알권리 제약 및 신뢰 저하 가능성
	E3-2. 글로벌 AI 모델의 한국어/한국 문화 학습 부족으로 인한 로컬 콘텐츠 품질 저하 및 문화적 다양성 제약 가능성

종합하면 방송 분야에서의 AI 도입은 제작 공정의 효율화와 창의적 혁신을 촉진하는 핵심 동인인 동시에, 콘텐츠 품질 저하, 정보 편향성 심화, 책임 소재의 불명확성 등 복합적인 리스크를 수반하는 양면성을 지닌다. 따라서 앞서 도출한 기술적·조직적·환경적 역기능을 효과적으로 관리하기 위해서는 기술적 무결성 확보, 조직 내 책임·관리 체계의 고도화, 그리고 제도적 안전망 구축을 포괄하는 입체적 대응 체계의 정립이 필수적이다.

제3장 방송분야 인공지능 관련 국내·외 정책 동향 분석

제1절 포괄적 규범으로서 AI활용에 관한 법률과 규칙 제정 동향 분석

1. 해외 주요국의 AI기술에 관한 포괄적 규범 수립 현황

가. 유럽연합의 AI기술 관련 법령 및 규범 현황

1) OECD의 「인공지능 권고안」¹⁾

OECD는 2019년 5월에 5개의 가치기반 원칙과 5개의 권고로 구성된 「인공지능 권고안」을 발표했다. OECD의 「인공지능 권고안」은 세계 최초로 국제기구 간 협의에 기반하여 마련된 인공지능 윤리원칙이라는 의미가 있으며, OECD국가의 AI관련 정책이니셔티브가 인공지능에 대한 인간 중심적 접근 방식을 형성할 수 있도록 지향점을 제시했다는 의미를 갖는다. OECD의 AI 정책관측소⁵⁾에 따르면, 2023년 5월 기준으로 OECD 국가정책 데이터베이스에 등록된 AI 관련 정책이니셔티브는 1,000여 개에 달한다고 한다. 이들은 모두 OECD의 AI 권고안을 준수하는 정책들이다.

OECD AI 권고안은 ① 포용적 성장, 지속 가능한 발전 및 웰빙, ② 인간 중심적 가치 및 공정성, ③ 투명성 및 설명 가능성, ④ 견고성, 보안 및 안전, ⑤ 책임성 등 다섯 가지 가치를 신뢰할 수 있는 AI의 책임있는 관리를 위한 핵심가치로 규정했다. 이들 핵심가치는 AI 원칙에 합의한 국가들의 새로운 AI관련 원칙과 법률, 정책의 지침으로 제시됐다. 또한 정책입안자를 위한 5개의 권고가 제안되었는데, ① AI 연구 개발에 투자, ② 포괄적인 AI 활성화 생태계 육성, ③ AI를 위한 상호운용 가능한 거버넌스 및 정책환경 형성, ④ 인적 역량 구축 및 노동시장 변화에 대비, ⑤ 신뢰할 수 있는 AI를 위한 국제협력 등이다.

OECD AI 권고안은 2019년에 처음 채택되어 2024년 5월에 개정되었는데, 범용 AI와 생성형 AI의 급속한 발전에 대응하여 안전성, 프라이버시, 지적재산권, 정보 무결성과 관련

5) OECD AI원칙 홈페이지, <https://www.oecd.org/en/topics/ai-principles.html>

된 새로운 도전과제들을 다루기 위해 환경 지속가능성, 허위정보 및 잘못된 정보 대응, 편향성 문제 등에 대한 언급이 추가되었다.

2024년 개정된 OECD AI 권고안은 2019년 초기 버전 이후 급속히 발전한 생성형 AI와 범용 AI 시스템의 새로운 위협에 대응하기 위해 상당한 변화를 보였다. 가장 눈에 띄는 변화는 AI 시스템에 대한 정의이다. 2019년에 AI는 "AI 시스템은 인간이 정의한 주어진 목적을 위해 실제 또는 가상 환경에 영향을 미치는 예측, 권고 또는 결정을 내릴 수 있는 기계 기반 시스템이다. AI 시스템은 다양한 수준의 자율성을 가지고 작동하도록 설계된다⁶⁾"로 정의되었으나, 2024년에는 "AI 시스템은 명시적 또는 암묵적 목적을 위해, 수신한 입력으로부터 물리적 또는 가상 환경에 영향을 미칠 수 있는 예측, 콘텐츠, 권고 또는 결정과 같은 출력을 어떻게 생성할지 추론하는 기계 기반 시스템이다. 서로 다른 AI 시스템들은 배포 후 자율성과 적응성 수준이 다양하다⁷⁾"고 정의했다. 이러한 변화는 생성형 AI의 특성과 AI 시스템의 학습 및 적응능력을 반영하기 위한 것이다. AI 시스템의 목적이 "인간이 정의한 목적"으로 한정되지 않고 명시적(개발자가 직접 프로그래밍)이거나 암묵적(인간이 지정한 규칙 또는 시스템이 새로운 목적을 학습한 경우) 목적까지도 포괄할 수 있도록 "명시적 또는 암묵적 목적"으로 확대된 것도 중요한 변화 중 하나였다.

또한, AI를 "예측, 권고 또는 결정을 내릴 수 있는 기계 기반 시스템"으로 한정하지 않고, "예측, 콘텐츠, 권고 또는 결정과 같은 출력을 어떻게 생성할지 추론하는 기계 기반 시스템"으로 개정하여 추론을 통해 텍스트, 비디오, 이미지 등의 '콘텐츠'를 생성하는 생성형 AI 시스템을 포섭했다.

개정된 인공지능 권고안은 생성형 AI 시스템의 부상으로 인해 야기되는 환경 지속가능

6) AI system: An AI system is a machine-based system that can, for a given set of human-defined objectives, make predictions, recommendations, or decisions influencing real or virtual environments. AI systems are designed to operate with varying levels of autonomy.

7) An AI system is a machine-based system that, for explicit or implicit objectives, infers, from the input it receives, how to generate outputs such as predictions, content, recommendations, or decisions that can influence physical or virtual environments. Different AI systems vary in their levels of autonomy and adaptiveness after deployment.

성, 허위정보와 프라이버시 문제, AI 시스템의 생명주기에 따른 위험관리 체계화와 편향 문제 등을 담는 방향으로 원칙을 개정했다.

원칙 1.1은 환경 지속가능성을 명시적으로 언급했는데, 이는 지난 몇 년간 AI 모델 훈련과 운영에 사용되는 막대한 에너지 소비로 인한 화석연료 사용 증가, 데이터센터의 냉각, 반도체 등 하드웨어 제조과정에서의 환경부담 등에 대한 우려가 국가적·국제적 쟁점으로 부상했기 때문이다. 이에 원칙 1.1은 AI 기술의 급속한 발전과 보편화로 인한 전세계적인 에너지 소비 증가와 기후변화 우려 확대에 따라 단순히 '지속가능한 발전'에서 '환경 지속가능성'까지 포함하는 보다 구체적인 표현으로 발전했다.

원칙 1.2는 2019년 "인간 중심적 가치와 공정성"에서 2024년 "법치주의, 인권, 민주적 가치 존중(공정성과 프라이버시 포함)"으로 확장되었다. 이는 AI에 의해 증폭되는 허위정보 문제 등을 명시적으로 다루기 위해 AI가 생성하는 정보의 신뢰성 문제에 대한 우려를 반영한 것이다. 또한, 인간의 개입과 감독 능력을 강조하며, 의도적·비의도적 오용으로 인한 위험을 구체적으로 언급했다.

원칙 1.4와 1.5에서는 위험관리 체계의 체계화와 편향 문제가 부각되었다. 2019년에는 단순히 견고성, 보안, 안전성에 중점을 두었으나, 2024년 개정에서는 AI 시스템이 부당한 피해를 초래하거나 바람직하지 않은 행동을 보일 경우 이를 무력화하거나 폐기할 수 있는 메커니즘을 구체적으로 요구했다. 특히 원칙 1.5에서는 체계적인 위험관리접근법과 책임 있는 사업관행 등에 대한 내용이 추가되었으며, '유해한 편향'에 대한 주의가 포함되었다.

2024년 개정 원칙은 이전 버전에 비해 전체적으로 개인정보보호에 대한 언급이 강화되었다. AI 행위자들 간의 협력을 통한 위험대응, 정보 무결성 보장 메커니즘, 추적가능성 확보 등 보다 실무적이고 구체적인 요구사항들이 추가되었다. 이러한 변화는 AI 기술의 급속한 발전과 그에 따른 새로운 위험에 대응하기 위한 국제사회의 노력이 필요함을 의미하며, 특히 생성형 AI로 인해 대두된 도전과제들에 대한 전세계의 우려와 대응노력이 반영된 결과이다.

〈표 3-1〉 OECD의 「인공지능 권고안」의 주요원칙과 핵심내용

원칙	핵심내용
포용적 성장, 지속 가능한 개발 및 웰빙	<p>이해관계자는 신뢰할 수 있는 AI에 대한 책임감 있는 관리에 적극적으로 참여하여 사람과 지구에 유익한 결과를 가져와야 합니다. 여기에는 인간의 능력을 증강하고 창의성을 향상시키고, 소외 계층의 포용을 증진하고, 경제적, 사회적, 성적 및 기타 불평등을 줄이고, 자연 환경을 보호하는 것이 포함되며, 이를 통해 포용적 성장, 웰빙, 지속 가능한 개발 및 환경적 지속 가능성이 활성화됩니다.</p>
공정성과 사생활 보호를 포함한 인권과 민주적 가치	<p>AI 행위자는 AI 시스템 수명 주기 전반에 걸쳐 법치주의, 인권, 민주적이고 인간 중심적인 가치를 존중해야 합니다. 여기에는 차별 금지 및 평등, 자유, 존엄성, 개인의 자율성, 개인정보 보호 및 데이터 보호, 다양성, 공정성, 사회 정의, 그리고 국제적으로 인정된 노동권이 포함됩니다. 또한, AI로 인해 확산되는 허위 정보와 허위 정보에 대응하는 동시에 관련 국제법이 보호하는 표현의 자유 및 기타 권리와 자유를 존중해야 합니다.</p> <p>이를 위해 AI 행위자는 의도된 목적 이외의 사용, 고의적인 오용 또는 의도치 않은 오용으로 인해 발생하는 위험을 최신 기술과 맥락에 맞는 방식으로 해결하는 것을 포함하여 인간의 행위 능력 및 감독 능력과 같은 메커니즘과 보호 장치를 구현해야 합니다.</p>
투명성과 설명가능성	<p>AI 주체는 AI 시스템에 대한 투명성과 책임 있는 정보 공개를 약속해야 합니다. 이를 위해 맥락에 적합하고 최신 기술 수준을 반영하는 의미 있는 정보를 제공해야 합니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • AI 시스템의 기능과 한계를 포함하여 AI 시스템에 대한 일반적인 이해를 촉진하기 위해 • 직장을 포함하여 이해 관계자에게 AI 시스템과의 상호 작용을 알리기 위해 • 가능하고 유용한 경우, AI 시스템의 영향을 받는 사람들이 출력을 이해할 수 있도록 예측, 콘텐츠, 권장 사항 또는 결정으로 이어진 데이터/입력 소스, 요소, 프로세스 및/또는 논리에 대한 명확하고 이해하기 쉬운 정보를 제공하고, • AI 시스템으로 인해 부정적인 영향을 받는 사람들이 AI 시스템의 출력에 이의를 제기할 수 있도록 정보를 제공합니다.

<p>견고성, 보안성, 안전성</p>	<p>AI 시스템은 정상적인 사용, 예측 가능한 사용이나 오용 또는 기타 불리한 조건에서도 적절하게 작동하고 불합리한 안전 및/또는 보안 위험을 초래하지 않도록 전체 수명 주기 동안 견고하고 안전(secure)하며 안전(safe)해야 합니다.</p> <p>AI 시스템이 과도한 피해를 입히거나 바람직하지 않은 동작을 보일 위험이 있는 경우, 필요에 따라 안전하게 시스템을 재정의, 수리 및/또는 폐기할 수 있는 메커니즘을 적절하게 마련해야 합니다.</p> <p>기술적으로 가능한 경우 표현의 자유를 존중하는 동시에 정보 무결성을 강화할 수 있는 메커니즘도 마련해야 합니다.</p>
<p>책임</p>	<p>AI 주체는 자신의 역할, 맥락, 최신 기술에 맞춰 AI 시스템이 적절하게 작동하고 위의 원칙을 준수하도록 책임을 져야 합니다.</p> <p>이를 위해 AI 주체는 AI 시스템 수명 주기 동안 이루어진 데이터 세트, 프로세스 및 의사 결정과 관련하여 추적성을 보장하여 AI 시스템의 출력과 질의에 대한 응답을 분석할 수 있어야 하며, 이는 맥락에 적합하고 최신 기술과 일치해야 합니다.</p> <p>AI 행위자는 자신의 역할, 맥락 및 행동 능력에 따라 AI 시스템 수명 주기의 각 단계에 접근 방식을 지속적으로 적용하고, 책임 있는 사업 운영을 통해 AI 시스템 관련 위험을 해결해야 합니다. 여기에는 필요에 따라 다양한 AI 행위자, AI 지식 및 AI 리소스 공급자, AI 시스템 사용자 및 기타 이해관계자 간의 협력이 포함됩니다. 위험에는 유해한 편견, 안전, 보안, 개인정보보호를 포함한 인권, 노동권 및 지적 재산권과 관련된 위험이 포함됩니다.</p>

2) 인공지능 시스템의 수평적 규칙, 유럽 「인공지능법」

유럽연합이 인공지능법을 추진하게 된 배경은 AI 기술의 급속한 발전이 가져오는 사회적 위험을 규제하려는 필요성에서 비롯되었다. 2021년 4월 유럽연합 집행위원회가 「인공지능 규제 안(Proposal for a Regulation on Artificial Intelligence)」을 발표한 이후, 3년 이상의 입법 과정을 거쳐 2024년 5월에 최종 승인되었다. 이 법은 인공지능 기술이 초래할 수 있는 위험으로부터 EU 시민을 보호하면서도 동시에 AI 산업의 혁신을 저해하지 않으려는 정책적 의도를 담고 있다. 특히 대규모 언어 모델과 생성형 AI의 등장으로 인해 학습 데이터의 투명성 문제, 생성된 콘텐츠의 신뢰성 훼손, 저작권 침해, 심층 조작(deepfake) 기술의 악용 등 새로운 차원의 위험이 발생하면서, 생성형 AI에 대한 구체적 규제의 필요성이 긴급해졌다. 유럽연합 인공지능법의 목적은 크게 두 가지다. 첫째는 높은 수준의 AI

안전 보장을 통해 EU 시민의 기본적 권리, 안전, 민주주의, 법치주의, 환경 보호를 지키는 것이다. 둘째는 공정한 경쟁과 혁신을 촉진함으로써 유럽의 AI 산업이 글로벌 시장에서 경쟁력을 유지하도록 하는 것이다. 이 두 목표는 일견 모순처럼 보이지만, EU의 입법자들은 명확한 규제 기준을 통해 오히려 산업의 예측 가능성을 높이고 신뢰할 수 있는 AI 생태계를 조성함으로써 장기적 혁신을 보장할 수 있다고 판단했다. 따라서 인공지능법은 위험도 기반의 규제 체계를 도입하여, 위험도가 높은 AI 시스템에 대해서는 엄격한 규제를 적용하되, 저위험 시스템이나 미미한 위험 시스템에 대해서는 상대적으로 가벼운 규제 부담을 주는 방식을 취하고 있다.

유럽인공지능법은 제4부 제4a장에서 생성형 인공지능에 대한 규제를 별도로 정의하고 있다. 이는 생성형 AI가 기존의 일반적 AI 시스템과는 다른 특수성을 가지고 있다는 인식을 반영한 것으로, 생성형 AI의 기술적 특성, 학습 과정에서의 데이터 투명성, 생성 콘텐츠의 신뢰성 문제 등을 종합적으로 고려한 규제 체계를 마련했다는 의미다.

법에서 규정하는 생성형 AI(Generative AI)는 텍스트, 이미지, 오디오, 비디오 또는 기타 콘텐츠 형태의 출력물을 생성할 수 있는 AI 시스템을 의미한다. 이러한 생성형 AI에 대해 EU가 적용하는 주요 규제는 다음과 같다.

먼저 투명성 의무는 생성형 AI 규제의 핵심이다. 생성형 AI 개발사는 학습에 사용된 훈련 데이터에 대한 충분한 정보를 공개해야 하며, 생성된 콘텐츠가 AI로 생성되었다는 사실을 명확히 표시해야 한다. 특히 저작권으로 보호되는 콘텐츠를 학습 데이터로 사용할 경우, 그 사실을 투명하게 공시해야 하며, 저작권자의 권리를 침해하지 않도록 해야 한다. 이는 문화 산업, 미디어, 방송, 음악 등 창작물에 기반한 산업에서 생성형 AI의 부당한 활용으로부터 창작자를 보호하기 위한 장치다.

딥페이크 규제는 방송분야와 직접 연관되는 가장 중요한 규제다. 생성형 AI를 이용하여 실제와 구분하기 어려운 수준의 가짜 비디오, 오디오, 이미지를 생성하는 행위는 매우 높은 위험도를 가진 것으로 분류된다. 특히 정치 인물이나 공인의 음성이나 영상을 무단으로 합성하여 오도적인 콘텐츠를 배포하는 경우, 민감한 정보를 포함한 영상을 생성하여 확산시키는 경우, 개인의 동의 없이 사생활을 침해하는 영상을 생성하는 경우 등이 명확한 금지 대상이 된다. 이러한 딥페이크 콘텐츠는 개인의 명예와 프라이버시를 침해할 뿐만 아니라, 민주주의 과정에서 허위정보 확산의 도구로 악용될 수 있으므로, 법은 이에 대

한 엄격한 규제를 규정하고 있다.

저작권 및 데이터 투명성에 관한 규제도 생성형 AI의 중요한 쟁점이다. 대규모 언어 모델을 학습시키는 과정에서 저작권으로 보호되는 콘텐츠가 대량으로 활용되어 왔다는 문제를 해결하기 위해, 법은 저작권자의 권리를 명시적으로 보호하고 있다. 개발사는 저작권 보호 콘텐츠를 학습 데이터로 활용할 경우 이를 명확히 공시해야 하며, 저작권자는 자신의 콘텐츠가 학습에 사용되는 것을 거부할 수 있는 권리("opt-out" 권리)를 가진다. 또한 개발사가 저작권자의 명확한 동의 없이 저작권 콘텐츠를 학습에 활용했을 경우, 저작권자는 이의를 제기하고 보상을 요구할 수 있다.

고위험 생성형 AI의 추가 규제도 중요한 요소이다. 법은 생성형 AI 중에서도 특정 용도에 사용될 경우 고위험으로 분류되는 경우들을 정의하고 있다. 예를 들어 법 집행, 사법, 민주적 프로세스, 채용, 금융 신용 결정 등에 사용되는 생성형 AI는 높은 위험도를 가진 것으로 분류되어 더욱 엄격한 규제를 받는다. 이러한 고위험 생성형 AI는 품질 관리, 성능 테스트, 편향성 감시, 인간의 감독 메커니즘, 로깅 및 기록 유지 등에 대한 엄격한 요구사항을 만족해야 한다.

기본 모델(Foundation Model) 규제도 생성형 AI에 대한 중요한 규제이다. GPT-4, Claude 등의 대규모 기본 모델은 다양한 후속 애플리케이션의 기초가 되는 만큼, 법은 기본 모델 개발사에 대해 특별한 책임을 부여하고 있다. 기본 모델 개발사는 기술 문서 작성, 학습 데이터 투명성 공시, 에너지 효율성 정보 제공, 저작권 이슈 대응, 안전성 테스트 수행 등의 의무를 가진다. 또한 기본 모델이 유해한 콘텐츠 생성, 명예훼손, 개인정보 침해 등에 악용될 수 있다는 위험을 인식하고 이를 최소화하기 위한 기술적·조직적 조치를 취해야 한다.

유럽인공지능법이 방송분야에 직접 적용되기는 어렵지만, 법이 담고 있는 투명성, 딥페이크 규제, 저작권 보호, 편향성 관리, 책임성 강화라는 핵심 원칙들은 방송사가 생성형 AI를 책임성 있게 활용하기 위한 자체 규범과 기준을 수립할 때 중요한 참고 자료가 될 수 있다.

먼저, 투명성 원칙은 방송사가 AI 생성 콘텐츠를 배포할 때 시청자에게 그 사실을 명확히 알려야 한다는 기준을 제공한다. 또한, EU법이 저작권 보호 콘텐츠 학습의 투명성을 강조하는 것처럼, 방송사도 AI를 활용한 뉴스 제작, 영상 편집, 자막 생성 등에서 투명성 원칙을 자체 기준으로 수립할 필요가 있다. 이는 시청자의 알 권리를 보장하고 방송 콘텐츠

츠의 신뢰성을 유지하기 위한 기본 원칙이 될 수 있다.

또한, EU가 딥페이크를 고위험 AI로 분류하여 개인의 명시적 동의 획득, 조작 사실의 명확한 표시 등 엄격한 요구사항을 두고 있는만큼, 방송사도 생성형 AI를 사용할 때, 그 결과물에 대한 책임있는 제작과 배포가 요구된다.

더불어, 편향성 관리 원칙은 방송 편성, 콘텐츠 추천 알고리즘 등에 생성형 AI가 활용될 경우 참고해야 할 기준이다. EU가 고위험 AI에 대해 편향성 감시와 품질 관리를 요구하는 것처럼, 방송사도 AI 기반 편성이나 추천 알고리즘이 특정 계층, 성향, 집단에 편향되지 않도록 모니터링하고 관리하는 내부 규범을 마련해야 한다.

마지막으로, 책임성 원칙은 생성형 AI 활용의 결과에 대한 방송사의 최종 책임을 명확히 한다. EU법이 기본 모델 개발사와 서비스 제공자의 책임을 구분하면서도 각각의 역할에 따른 책임을 명시하는 것처럼, 방송사는 제3자가 개발한 생성형 AI 도구를 사용하더라도 방송에 제공되는 콘텐츠의 정확성, 공정성, 신뢰성에 대한 최종 책임은 방송사에 있다는 원칙을 명확히 해야 한다.

3) UNESCO의 「인공지능 윤리에 대한 권고」

유네스코는 인공지능 기술의 급속한 발전이 교육, 과학, 문화, 통신 등 인류의 다양한 영역에 미치는 영향에 주목하고, 2021년 11월 제41차 총회에서 「인공지능 윤리에 대한 권고」(Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence)를 채택⁸⁾했다. 이는 유네스코 회원국들이 AI 기술 발전 과정에서 고려해야 할 윤리적 원칙과 가치를 국제적 수준에서 합의하고 이를 각 국가의 정책에 반영하도록 권장하는 첫 번째의 포괄적 규범 문서다.

유네스코 권고의 목적은 인공지능 기술이 인류의 복지를 증진하고 기본적 인권과 존엄성을 보호하면서 개발되고 활용될 수 있는 기반을 마련하는 것이다. 구체적으로는 AI 개발 및 배포 과정에서 준수해야 할 윤리적 원칙을 제시하고, 교육, 연구, 문화유산 보존, 과학, 통신 등 인류 공동의 관심사인 분야에서 AI의 긍정적 활용을 촉진하며, 동시에 AI로 인한 위험과 부정적 영향을 최소화하기 위한 국가별 정책 수립을 지원하는 데 있다. 또한 국가 간 불평등과 디지털 격차 심화를 방지하고, 개발도상국도 AI 기술의 혜택을 누릴 수

8) 원문, <https://www.unesco.org/en/articles/recommendation-ethics-artificial-intelligence>

있는 국제 협력 체계 구축을 추구하고 있다.

이 권고의 의의는 기존의 기술 중심이나 경제 중심의 AI 정책이 미처 고려하지 못했던 문화다양성, 교육 보장, 과학 윤리, 언론 자유 등 인류의 공동 자산과 가치를 보호해야 한다는 명확한 입장을 제시했다는 점이다. 또한 AI 기술이 가져올 수 있는 긍정적 가능성과 부정적 위험을 균형 있게 평가하면서도, 궁극적으로는 인간의 존엄성과 자율성, 기본적 인권 보호를 최우선 가치로 삼아야 한다는 원칙을 강조하고 있다.

유네스코 권고는 인공지능의 개발과 활용 과정에서 준수해야 할 핵심 윤리 원칙으로 10대 원칙을 제시하고 있다. 10대 원칙은 인간의 감독 및 결정, 투명성 및 설명가능성, 책임성과 책무, 공정성 및 비차별성, 지속가능성, 프라이버시권 및 데이터 보호, 안전 및 보안, 비례성 및 무해성, 의식 및 리터러시, 다자적이고 조정가능한 거버넌스 협력⁹⁾이다. 이 중 에서 방송분야와 비교적 관련성이 높은 원칙은 다섯가지이다. 첫째, 원칙은 인간의 감독 및 결정으로, AI는 인간의 존엄성, 권리, 자율성을 보호하는 방향으로 개발되고 활용되어야 하며, 인간은 AI 시스템의 주요 결정에 있어 항상 통제 권한을 가져야 한다는 것이다. 이는 AI가 인간을 대체하거나 종속시켜서는 안 되며, 인간이 기술에 복종하는 관계가 되어서는 안 된다는 명확한 메시지를 담고 있다. 두 번째 원칙은 공정성과 비차별성(Fairness and Inclusion)으로, AI 시스템이 특정 개인이나 집단을 차별하지 않아야 하며, 사회적으로 취약한 계층을 보호하고 모든 이가 AI 기술의 혜택에 공평하게 접근할 수 있어야 한다는 것이다. 특히 개발도상국, 여성, 장애인 등 소수 집단이 AI 기술로부터 배제되지 않도록 해야 한다는 점을 강조하고 있다.

세 번째 원칙은 투명성과 설명가능성(Transparency and Explainability)으로, AI 시스템의 설계 및 운영에 관한 정보가 이해하기 쉬운 방식으로 공개되어야 하며, AI가 내린 결정의 근거와 과정이 설명될 수 있어야 한다는 것이다. 이를 통해 이용자뿐만 아니라 사회 전

9) 인간의 감독 및 결정(human oversight and determination), 투명성 및 설명가능성(transparency and explainability), 책임성과 책무성(responsibility and accountability), 공정성 및 비차별성(fairness and non-discrimination), 지속가능성(sustainability), 프라이버시권 및 데이터 보호(right to privacy, and data protection), 안전 및 보안(safety and security), 비례성 및 무해성(proportionality and do no harm, 의식 및 리터러시(awareness and literach), 다자적이고 조정가능한 거버넌스 협력(multi-stakeholder and adaptive governance and collaboration)

반이 AI 시스템을 신뢰하고 적절하게 감시할 수 있는 기반이 조성된다. 네 번째 원칙은 책임성과 책무성(Responsibility and Accountability)으로, AI 개발자, 배포자, 사용자 등 AI 시스템의 생명주기에 관여하는 모든 주체가 그들의 역할에 따른 책임을 명확히 해야 하며, AI로 인한 부정적 영향에 대해 누가 책임을 지는지가 명확해야 한다는 것이다. 다섯 번째 원칙은 다양성과 포용성(Pluralism and Diversity)으로, 다양한 문화, 가치관, 관점이 AI 개발 과정에 반영되어야 하며, 특정 문명이나 이데올로기의 관점에서만 AI를 설계해서는 안 된다는 것이다.

이러한 원칙들을 바탕으로 유네스코는 AI의 부정적 영향을 최소화하기 위한 구체적 권고사항들을 제시하고 있다. 인간의 자율성 보호 측면에서, AI 시스템이 개인의 자유로운 의사결정을 조작하거나 제약해서는 안 되며, 특히 정보 환경 조작, 여론 형성 자동화, 개인의 행동 예측을 통한 자동 결정 등이 인간의 자율성을 침해할 수 있으므로 이를 사전에 방지해야 한다고 강조하고 있다. 프라이버시와 데이터 보호 측면에서, 대규모 데이터 수집 및 처리 과정에서 개인의 프라이버시를 침해하지 않도록 하고, 민감정보(인종, 종교, 정치적 신념, 건강 정보 등)의 처리에는 더욱 엄격한 기준을 적용해야 한다고 권고하고 있다. 알고리즘 편향 및 차별 방지 측면에서, 학습 데이터에 내재된 편향을 제거하고, AI 시스템 개발 단계에서 다양한 시나리오를 통해 편향성을 테스트하며, 특정 집단에 대한 차별적 결과가 발생하지 않도록 지속적으로 모니터링해야 한다고 권고하고 있다.

유네스코 권고가 보여주는 가장 큰 특징은 OECD의 기술·경제 중심 접근이나 EU의 구체적 규제 중심 접근과는 달리, 단순한 기술 규제를 넘어 국제 발전 협력의 차원에서 AI를 이해하려는 의지를 보여주고 있다. 무엇보다 이 권고는 강제성 없는 가이드라인이면서도 각 국가가 자신의 문화적·사회적 맥락 속에서 AI 윤리 정책을 수립할 수 있는 유연성을 제공하는 동시에 인간의 존엄성, 기본적 인권, 사회적 포용성이라는 보편적 가치에 대해서는 타협 불가능한 기준을 제시하고 있다는 점에서 특징이 있다.

4) 미국의 생성형 AI 관련 규제: Executive Order 14110과 주법 중심

미국의 인공지능 정책은 유럽연합의 규제 중심 접근과 구별되는 특징을 보이고 있다. 2023년 10월 바이든 대통령이 발표한 「안전하고 신뢰할 수 있는 인공지능 개발 촉진을

위한 행정명령(Executive Order 14110)¹⁰⁾」은 생성형 AI의 급속한 발전에 대응하기 위한 미국 정부의 공식 입장을 담고 있다.

행정명령의 주요 목적은 AI 개발사에 대한 자발적이고 책임감 있는 행동을 유도하는 것이다. 미국은 강제적 규제보다는 사업자의 자율규제와 산업 표준 수립을 선호하는 입장을 유지하고 있으며, 행정명령은 이러한 정책 철학을 반영하고 있다. 또한, 생성형 AI의 안전성과 신뢰성을 확보하되 기술 혁신을 저해하지 않는 균형을 추구하는 것이다. 더불어, 생성형 AI 개발에서 미국의 경쟁력을 유지하면서도 글로벌 표준 수립에서 주도권을 확보하는 것이다. 행정명령은 이러한 목표들을 실현하기 위해 정부 부처, 산업계, 학계, 시민사회가 협력하는 거버넌스 구조를 제안하고 있다.

Executive Order 14110은 생성형 AI 개발사에 대해 안전성에 대해서 자발적 약속을 권고한다. 생성형 AI 개발사는 모델 개발 과정에서 안전성 테스트와 위험 평가를 자체적으로 수행하고 그 결과를 정부와 공유할 것을 권장받고 있다. 이는 강제 규제가 아니라 투명성과 정보 공유를 통한 신뢰 구축을 목표로 하는 것이다. 또한 생성형 AI 개발사는 외부 감시(Red Team)¹¹⁾를 통해 모델의 잠재적 위험을 사전에 발견하고 개선하도록 권장받고 있으며, 이러한 노력의 결과를 공개하는 것이 산업 신뢰도 향상에 기여한다고 본다.

미국의 경우, 생성형 AI로 인한 생물무기, 사이버 공격, 화학 무기 등 국가 안보 위협에 대해서는 정부 차원의 감시가 강화되고 있지만, 일반 상용 생성형 AI 서비스에 대해서는 상대적으로 가벼운 규제 접근을 취하고 있다. 다만 생성형 AI로 생성된 콘텐츠, 특히 딥페이크나 조작 콘텐츠에 대한 라벨링과 투명성 표시에 대해서는 행정명령과 연방거래위원회(FTC)의 가이드를 통해 점진적으로 강조하고 있는 상태다. 연방거래위원회(FTC)는 기업들이 소비자를 기만하는 AI 마케팅에 대해 엄격히 단속하고 있으며, AI로 생성된 콘텐츠나 AI 기능을 광고할 때 명확하고 눈에 띄는 방식으로 공시할 것을 요구하고 있다. 특히 딥페이크 기술로 생성된 음성이나 영상을 실제 인물의 것처럼 표현하거나, AI 이미지를 실제

10) 출처:

<https://www.federalregister.gov/documents/2023/11/01/2023-24283/safe-secure-and-trustworthy-development-and-use-of-artificial-intelligence>

11) 보안 분야에서 가상의 공격자 역할로 침투 실험을 수행하여 보안 취약점을 점검하는 방식을 레드팀(red team)이라고 부름.

사진인 것처럼 광고하는 경우는 소비자 기만 행위로 단속 대상이 된다.

연방거래위원회(FTC)는 시장을 오염시키고 정직한 경쟁자에게 피해를 주는 가짜 리뷰 및 기만적인 추천서 관행을 단속하기 위해 '가짜 리뷰 및 추천서 금지 최종 규칙'을 발표했다¹²⁾. 이 규칙은 2024년 8월 14일에 발표되었으며, 연방거래위원회(FTC)가 위반 기업에 대해 민사 처벌을 요구할 수 있는 법적 도구를 강화함으로써 규제력을 증대시키는 데 목적을 둔다. 이 규칙은 가짜 또는 허위 소비자 리뷰 및 추천서 금지, 긍정적 또는 부정적 리뷰 구매 금지, 내부자 리뷰 및 이해 관계 공시 의무, 기업 통제 리뷰 웹사이트의 독립성 오인 유발 금지, 부정적 리뷰 억제 금지, 가짜 소셜 미디어 영향력 지표 오용 금지 등의 내용을 명시하고 있다. 이때, 생성형 AI와 관련하여 AI로 생성된 가짜 리뷰를 포함하여, 실제로 존재하지 않는 사람이나 해당 제품/서비스를 경험하지 않은 사람의 리뷰를 작성하거나 판매, 구매하는 행위 등은 '가짜 또는 허위 소비자 리뷰'의 대표적인 사례로 언급된다.

라벨링 규칙과 관련하여, Executive Order 14110은 생성형 AI로 생성된 콘텐츠의 라벨링에 대해 명확한 강제 요구사항을 두기보다는 업계 표준 개발을 권장하는 입장을 보이고 있다. 행정명령은 미국 표준기술원(NIST)에 생성형 AI의 안전성, 신뢰성, 투명성 관련 표준 개발을 요청했으며, 이를 통해 산업계가 자발적으로 채택할 수 있는 기준을 마련하려 하고 있다.

2. 국내 인공지능 기술개발·활용에 관한 포괄규범 추진 동향

1) 관계부처 합동의 「인공지능(AI) 윤리기준」

2020년 12월 23일 대통령 직속 4차산업혁명위원회 전체회의는 '사람이 중심이 되는 「인공지능(AI) 윤리기준」(관계부처 합동, 2020. 5.)²⁾을 발표했다. 과학기술정보통신부는 2019년에 발표한 「인공지능 국가전략」의 주요 과제로 윤리기준 마련을 선정했으며, 이

12) FTC(2024. 8. 14.). Federal Trade Commission Announces Final Rule Banning Fake Reviews and Testimonials, 출처:
<https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2024/08/federal-trade-commission-announces-final-rule-banning-fake-reviews-testimonials>

를 위해 2020년 4월부터 인공지능 윤리연구반을 구성하여 ‘인간성을 위한 인공지능(AI for Humanity)’를 기본 철학으로 선정하고, 각계 전문가 의견 수렴 등을 거쳐 윤리기준을 마련했다.

「인공지능(AI) 윤리기준」은 ‘인간성(humanity)’을 인공지능 개발 및 활용과정에서 지향해야 할 최고 가치로 설정하고, ① 인간 존엄성 원칙, ② 사회의 공공선 원칙, ③ 기술의 합목적성 원칙을 3개 기본원칙으로 규정했다. 인간 존엄성 원칙은 인간을 생명체로서 인공지능이나 기계제품들과는 교환불가능한 가치를 보유한 존재로 규정하고, 인공지능의 개발과 활용이 인간의 생명, 정신, 건강에 해가 되지 않도록 하는 것을 목표로 한다. 사회의 공공선 원칙은 인간 사회를 공동체로서 가능한 한 많은 사람의 안녕과 행복을 추구하는 것으로 정의하고, 인공지능의 개발과 활용은 인류의 보편적 복지를 지향해야 한다고 명시했다. 기술의 합목적성 원칙은 인공지능 기술을 인류의 삶과 번영을 위한 필요적 도구로 정의하고, 인공지능 개발과 활용이 인류의 삶과 번영을 지향하고 그 과정이 윤리적이어야 한다고 규정했다.

이러한 3대 기본원칙을 실천할 수 있도록, 「인공지능(AI) 윤리기준」은 인공지능 개발과 활용의 전 과정이 다음의 10대 세부요건을 충족할 것을 요구한다. 10대 요건은 인권보장, 프라이버시 보호, 다양성 존중, 침해금지, 공공성, 연대성, 데이터 관리, 책임성, 안전성, 투명성이다. 10대 세부요건별로 인공지능에게 요구하는 사항은 다음의 <표 3-2>와 같다.

<표 3-2> 「인공지능(AI) 윤리기준」의 10대 핵심요건

원칙	주요 내용
① 인권보장	- 인공지능의 개발과 활용은 모든 인간에게 동등하게 부여된 권리를 존중하고, 다양한 민주적 가치와 국제 인권법 등에 명시된 권리를 보장하여야 한다. - 인공지능의 개발과 활용은 인간의 권리와 자유를 침해해서는 안 된다.
② 프라이버시 보호	- 인공지능을 개발하고 활용하는 전 과정에서 개인의 프라이버시를 보호해야 한다. - 인공지능 전 생애주기에 걸쳐 개인 정보의 오용을 최소화하도록 노력해야 한다.

③ 다양성 존중	<ul style="list-style-type: none"> - 인공지능 개발 및 활용 전 단계에서 사용자의 다양성과 대표성을 반영해야 하며, 성별·연령·장애·지역·인종·종교·국가 등 개인 특성에 따른 편향과 차별을 최소화하고, 상용화된 인공지능은 모든 사람에게 공정하게 적용되어야 한다. - 사회적 약자 및 취약 계층의 인공지능 기술 및 서비스에 대한 접근성을 보장하고, 인공지능이 주는 혜택은 특정 집단이 아닌 모든 사람에게 골고루 분배되도록 노력해야 한다.
④ 침해금지	<ul style="list-style-type: none"> - 인공지능을 인간에게 직간접적인 해를 입히는 목적으로 활용해서는 안 된다. - 인공지능이 야기할 수 있는 위험과 부정적 결과에 대응 방안을 마련하도록 노력해야 한다.
⑤ 공공성	<ul style="list-style-type: none"> - 인공지능은 개인적 행복 추구뿐만 아니라 사회적 공공성 증진과 인류의 공동 이익을 위해 활용해야 한다. - 인공지능은 긍정적인 사회변화를 이끄는 방향으로 활용되어야 한다. - 인공지능의 순기능을 극대화하고 역기능을 최소화하기 위한 교육을 다방면으로 시행하여야 한다.
⑥ 연대성	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 집단 간의 관계 연대성을 유지하고, 미래세대를 충분히 배려하여 인공지능을 활용해야 한다. - 인공지능 전 주기에 걸쳐 다양한 주체들의 공정한 참여 기회를 보장하여야 한다. - 윤리적 인공지능의 개발 및 활용에 국제사회가 협력하도록 노력해야 한다.
⑦ 데이터 관리	<ul style="list-style-type: none"> - 개인정보 등 각각의 데이터를 그 목적에 부합하도록 활용하고, 목적 외 용도로 활용하지 않아야 한다. - 데이터 수집과 활용의 전 과정에서 데이터 편향성이 최소화되도록 데이터 품질과 위험을 관리해야 한다.
⑧ 책임성	<ul style="list-style-type: none"> - 인공지능 개발 및 활용과정에서 책임주체를 설정함으로써 발생할 수 있는 피해를 최소화하도록 노력해야 한다. - 인공지능 설계 및 개발자, 서비스 제공자, 사용자 간의 책임소재를 명확히 해야 한다.
⑨ 안전성	<ul style="list-style-type: none"> - 인공지능 개발 및 활용 전 과정에 걸쳐 잠재적 위험을 방지하고 안전을 보장할 수 있도록 노력해야 한다. - 인공지능 활용 과정에서 명백한 오류 또는 침해가 발생할 때 사용자가 그 작동을 제어할 수 있는 기능을 갖추도록 노력해야 한다.
⑩ 투명성	<ul style="list-style-type: none"> - 사회적 신뢰 형성을 위해 타 원칙과의 상충관계를 고려하여 인공지능 활용 상황에 적합한 수준의 투명성과 설명 가능성을 높이려는 노력을 기울여야 한다. - 인공지능기반 제품이나 서비스를 제공할 때 인공지능의 활용 내용과 활용 과정에서 발생할 수 있는 위험 등의 유의사항을 사전에 고지해야 한다.

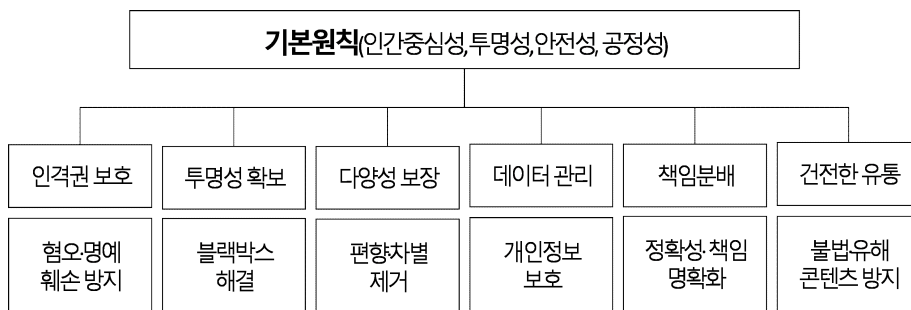
「인공지능(AI) 윤리기준」은 경제협력개발기구(OECD) 인공지능 권고안(19.5)을 비롯하여 OECD, 유럽연합(EU) 등의 주요 국제기구와 기관 등이 발표한 인공지능 윤리 원칙이 공통적으로 추구하는 인간중심의 원칙을 반영한 것으로, 국내 인공지능 기술 개발과 활용에 있어서 인류 보편적인 지향가치로 인간성과 공공선을 재확인한다는 의미가 있다.

2) 방송통신위원회(현 방송미디어통신위원회)의 「생성형 인공지능 서비스 이용자 보호 가이드라인」

생성형 인공지능 기술이 급속도로 확산되면서 이용자 보호의 필요성이 대두되자, 방송통신위원회(현 방송미디어통신위원회)는 2025년 2월 28일 「생성형 인공지능 서비스 이용자 보호 가이드라인」을 제정·공표했다. 이는 생성형 인공지능 서비스 이용 과정에서 발생할 수 있는 혐오 표현, 허위정보, 개인정보 부당 활용, 알고리즘 편향 등의 잠재적 위험을 사전에 방지하고, 안전하고 신뢰할 수 있는 이용 환경 조성을 목표로 한다.

이 가이드라인의 목적은 생성형 인공지능의 올바른 사용으로부터 얻을 수 있는 혜택을 모든 사회구성원이 고루 누리도록 하면서 동시에 이용자의 권익을 보장하는 것이다. 이를 위해 방송통신위원회(현 방송미디어통신위원회)는 다음과 같은 4가지 기본 원칙을 제시하고 있다. 첫째, 인간의 존엄성 보호, 개인의 자유와 권리 보장, 인간의 적절한 통제와 감독 가능성이다. 둘째, 인공지능 시스템의 작동 원리와 결과 도출 과정에 대한 투명한 설명이다. 셋째, 안전한 작동과 예상치 못한 피해의 최소화, 악의적 이용 및 변경 방지이다. 넷째, 이용자에게 차별 또는 불공정한 결과가 발생하지 않도록 하는 공정성이다.

[그림 3-1] 「생성형 인공지능 서비스 이용자 보호 가이드라인」 기본원칙



생성형 인공지능 기술의 정교한 데이터 분석 능력은 이용자의 생활에 밀착한 서비스를 가능하게 하지만, 역으로 이용자의 프라이버시 및 인격권을 침해할 수 있다는 위험성을 안고 있다. 방송통신위원회(현 방송미디어통신위원회)는 이러한 문제를 해결하기 위해 개발사가 이용자의 인격권을 침해할 수 있는 요소를 발견하고 통제할 수 있는 알고리즘을 구축하도록 요구하고, 서비스 제공자에게는 내부 모니터링 체계 및 이용자 신고 프로세스 구축, 서비스 제공 범위와 방법의 적절한 조정을 권고하고 있다. 대화형 서비스에서의 혐오 표현 차단, 권리 침해 프롬프트에 대한 사전 경고, 문제 콘텐츠의 사후 차단 및 유사 표현물 재생성 방지 등의 실행 방안을 제시함으로써 이용자 보호를 위한 구체적 지침을 마련했다.

생성형 인공지능 시스템의 복잡한 내부 메커니즘으로 인해 의사결정 과정이 '블랙박스'화되어 있다는 점도 중요한 과제다. 이용자가 생성형 인공지능의 결정 과정을 이해하지 못하면 신뢰성 문제, 책임 소재의 모호성, 오류 발생 시 원인 규명의 어려움이 발생할 수 있다. 이에 따라 방송통신위원회(현 방송미디어통신위원회)는 서비스 제공자에게 생성형 인공지능 산출물이 AI로 생성되었음을 명확히 알리고, 결정 과정 이해를 위한 기본 정보를 이용자가 쉽게 접근할 수 있도록 제공할 것을 권고하고 있다. 출처 표기 및 링크 제공, 모델 정보 공개, 이용자 설명 요청에 대한 응답 체계 등이 그 실행 방안으로 제시되고 있으며, 이러한 투명성 확보는 설명 가능한 AI(XAI) 기술의 활용을 통해 점진적으로 실현될 것으로 예상된다.

생성형 인공지능이 제공하는 표준화된 단일 답변의 특성은 편향된 산출물이 사회적 편견을 강화하고 특정 집단에 대한 차별로 이어질 수 있다는 문제를 야기한다. 또한 제한적인 정보만 제공될 경우 이용자 경험 저하와 기술 발전 저해까지 초래할 수 있다. 이를 해결하기 위해 가이드라인은 알고리즘 설계, 데이터 수집, 알고리즘 실행 단계에서부터 편향과 차별을 최소화하도록 하고, 서비스별 자체 원칙 및 기준 마련, 차별적 사용 방지 및 필터링 기능 제공, 편향성 신고에 대한 직관적 방법과 처리 절차 구축을 권고하고 있다. 서비스 론칭 전 다양한 시나리오에서의 편향성 테스트, 주요 위치에 신고 채널 배치, 위험관리 전담 조직 운영 등의 실행 예시를 제시함으로써 이용자들의 다양한 관점과 의견이 적절히 반영될 수 있는 환경 조성을 강조하고 있다.

이용자 개인의 입력 및 생성 데이터가 생성형 인공지능의 학습데이터로 활용되는 과정

에서의 관리 역시 중요한 이슈다. 이러한 데이터에는 개인의 선호도, 나이, 성별뿐만 아니라 사상, 신념 등의 민감정보까지 포함될 수 있기 때문이다. 방송통신위원회(현 방송미디어통신위원회)는 이용자의 선택권 보장을 위해 학습데이터 활용 시 사전 고지 및 동의·거부 절차 마련, 이용자의 선택권 보장을 위한 노력, 기업 내 감시 조직 구성 또는 책임자 지정을 통한 데이터의 안전하고 정당한 활용 관리를 권고하고 있다. 구체적으로는 명확한 정책 수립 및 이용약관 안내, 개인정보 수집 동의와 연계한 학습데이터 활용 선택 옵션 제공, 언제든지 거부 가능한 방법 제시, 위험관리 책임자 지정 등이 제시되고 있다.

생성형 인공지능 산출물의 정확성을 완전히 보장할 수 없고 법적·윤리적 문제의 책임 소재가 불명확하다는 점도 서비스 확산의 저해 요인이 되고 있다. 가이드라인은 서비스 제공자와 이용자 각각의 책임 범위를 명확히 정의하고 이용 단계에서 이용자의 책임 인식을 제고할 것을 강조하고 있다. 동시에 이용자가 인지하지 못한 피해를 최소화하기 위해 모니터링 시스템 또는 위험관리 체계 구축, 이용약관에 이용자 책임 명시, 접근하기 쉬운 방식으로 책임 범위 안내, 신고 채널 구축 및 검증·조치 절차 마련 등을 권고하고 있다.

생성형 인공지능을 이용한 허위정보, 명예훼손, 음란물, IT악성코드 생성 및 확산, 보이 스·페이스 피싱 악용, 청소년 유해 콘텐츠 배포 등이 심각한 사회 문제로 대두되고 있다. 이에 대응하기 위해 서비스 제공자는 부적절한 콘텐츠 생성 방지를 위한 이용자 안내, 프롬프트 입력값 및 산출물의 도덕적·윤리적 기준 준수 검토 및 관리, 청소년 보호를 위한 사전 차단 노력을 수행해야 한다. 산출물의 정확성 한계 안내, 정확성 확인 방법 제시, 프롬프트 및 산출물 필터링, 청소년 유해 내용 입력 시 경고문 제시, 모니터링 및 필터링을 통한 불법·유해 콘텐츠 사전 차단 등이 그 실행 방안으로 제시되고 있다.

〈표 3-3〉 「생성형 인공지능 서비스 이용자 보호 가이드라인」 주요 내용

실행방식	추구 가치	주요 실행 방식	핵심 내용
인간 중심성	- 인간의 존엄성 보호 - 개인의 자유·권리 보장 - 인간의 적절한 통제·감독	생성형 인공지능 서비스의 이용자 인격권 보호	- 알고리즘을 통한 침해 요소 발견·통제 - 내부 모니터링 및 신고 프로세스 구축 - 이용자의 권리 침해 방지를 위한 서비스 제공범위와 방법 고려

투명성	<ul style="list-style-type: none"> - 작동 원리 설명 - 결과 도출 과정 공개 - 이용자에게 미치는 영향 명시 	<p>생성형 인공지능 서비스의 결정 과정을 알리려는 노력</p>	<ul style="list-style-type: none"> - AI 산출물임을 명확히 표시(자율적 방식) - 인공지능 서비스 결정과정에 관한 기본 정보 공개
공정성	<ul style="list-style-type: none"> - 편향 제거 - 다양성 보장 - 차별 방지 	<p>생성형 인공지능 서비스의 다양성 존중 노력</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 알고리즘 설계 단계부터 편향·차별 최소화 - 서비스별 자체 기준 마련 - 필터링 기능 제공 - 편향성 신고 및 처리 절차 구축
안전성	<ul style="list-style-type: none"> - 안전한 작동 예상치 못한 피해 최소화 - 악의적 이용 방지 	<p>생성 콘텐츠 활용에서 발생할 수 있는 문제 해결을 위한 책임과 참여</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 서비스 제공자·이용자 책임 범위 명확화 - 모니터링 시스템·위험관리 체계 구축 - 신고 채널 및 검증·조치 절차 마련
프라이버시 보호	<ul style="list-style-type: none"> - 개인정보 안전 관리 - 민감정보 보호 - 이용자 선택권 보장 	<p>생성형 인공지능 서비스의 입력데이터 수집·활용 과정에서의 관리</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 학습데이터 활용 시 사전 고지 - 동의·거부 절차 마련 - 기업 내 감시 조직·책임자 지정 - 이용자 선택권 보장
건전한 이용	<ul style="list-style-type: none"> - 불법 콘텐츠 방지 청소년 보호 도덕적·윤리적 기준 준수 	<p>생성 콘텐츠의 건전한 유통·배포를 위한 노력</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 프롬프트·산출물 필터링 - 청소년 유해 콘텐츠 차단 - 모니터링을 통한 사전 차단

이 가이드라인이 기존의 관계부처 합동 「인공지능 윤리 기준」(2020)이나 현재 입법 추진 중인 「인공지능 기본법」과 차별화되는 점은 생성형 인공지능이라는 특정 기술에 대한 실질적이고 구체적인 실행 방안을 제시한다는 데 있다. 일반적인 AI 윤리 기준이나 법적 규범의 범위를 벗어나 생성형 AI의 기술적 특성, 서비스 제공 과정에서의 이용자와의 상호작용, 현재 기술의 한계 등을 종합적으로 고려한 실용적 가이드라인을 마련했다는 점에서 의미가 있다. 또한 이 가이드라인은 강제 규제의 형태가 아니라 사업자의 자율적 참여와 선제적 대응을 유도하는 방식을 취함으로써, 신기술 규제에 인한 혁신 저해를 최소화하면서도 이용자 권익 침해 요인을 효과적으로 관리하려는 정책적 의도를 반영하고 있다. 동시에 OECD의 인공지능 권고(2024), 유네스코의 AI 윤리 권고(2021) 등 글로벌 기준을 참조하여 국내 기준과 조화시킴으로써, 국제적 규범 체계와의 수렴을 추구하고 있다는 점도 주목할 만하다.

3) 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법」

인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법은 2025년 1월 21일 제정되어 2026년 1월 22일 시행될 예정이다. 인공지능 기술의 급속한 발전과 산업화에 따라 국가 차원의 포괄적 규범 체계가 필요해진 상황에서 제정된 이 법은 인공지능의 건전한 발전과 신뢰 기반 조성에 필요한 기본적 사항을 규정함으로써 국민의 권익과 존엄성을 보호하고 국민의 삶의 질 향상과 국가경쟁력을 강화하는 것을 목적으로 한다.

이 법의 주된 목적은 인공지능 산업의 체계적 육성과 규제를 위해 과학기술정보통신부를 중심으로 3년마다 수립되는 기본계획을 통해 전문인력 양성, 연구개발 기반 조성, 재원 확보 등 산업 진흥 정책을 추진하는 한편, 대통령 소속 국가인공지능위원회를 설치하여 정책 심의·의결 및 규제 개선을 총괄하는 체계를 구축하는 데에 있다.

이 법은 인공지능 윤리와 신뢰성 확보를 법의 핵심으로 삼았다. 따라서, 정부가 인간의 존엄성 존중을 기초로 하는 인공지능 윤리원칙을 대통령령으로 제정·공표하도록 규정하고, 안전성·신뢰성·접근성·인간 존엄성 존중 등을 포함한 실천방안을 수립하여 공개·홍보·교육하도록 함으로써 윤리 기반의 인공지능 사회 구현을 지향한다. 이러한 윤리원칙은 인공지능의 개발·제공·이용 등 모든 영역에서 사회구성원이 지켜야 할 윤리적 기준으로 제시되었다.

고영향 인공지능에 대한 규제 체계도 이 법의 중요한 특징이다. 에너지 공급, 식수 생산, 의료 제공, 의료기기 개발, 원자력시설 관리, 범죄수사 생체인식, 채용·대출심사 등 사람의 생명·신체 안전과 기본권에 중대한 영향을 미치는 분야에서 활용되는 고영향 인공지능에 대해 인공지능 사업자가 사전에 검증·인증을 받도록 권장하고, 국가기관 등이 이를 이용하려는 경우에는 검증·인증을 받은 제품·서비스를 우선적으로 고려하도록 규정했다. 또한 인공지능 사업자는 고영향 인공지능의 경우 위험관리방안 수립·운영, 설명 가능성 확보, 이용자 보호방안 수립·운영, 사람의 관리·감독, 관련 문서 작성·보관 등의 조치를 이행하도록 의무화했으며, 인공지능이 사람의 기본권에 미치는 영향을 사전에 평가하는 영향평가 실시를 권장하고 있다.

투명성과 책임성 확보도 이 법이 강조하는 규범 원칙이다. 인공지능 사업자는 고영향 인공지능이나 생성형 인공지능을 이용한 제품·서비스를 제공할 때 이용자에게 사전에 고지

하여야 하며, 생성형 인공지능의 결과물임을 표시하고, 실제와 구분하기 어려운 가상의 음향·이미지·영상 등에 대해서도 명확하게 인공지능 생성 사실을 표시하도록 규정했다. 또한 학습에 사용된 누적 연산량이 일정 기준 이상인 인공지능시스템에 대해서는 수명주기 전반에 걸친 위험 식별·평가·완화, 안전사고 모니터링 및 대응 체계 구축을 의무화하고 그 결과를 과학기술정보통신부 장관에게 제출하도록 했다.

이 법은 인공지능 산업의 진흥을 주된 목적으로 하면서도 신뢰성 확보를 위해 고영향 인공지능에 한정된 최소기준을 마련하고 있다. 따라서 방송 같은 민간 부문에서 인공지능을 활용하는 사업자들에 대해서는 고영향 AI에 해당하지 않는 한 제31조의 투명성 고지 의무나 제34조의 안전성 확보 의무가 직접 부과되지 않는다.

그러나 이 법이 제시하는 윤리적 규범의 지향은 산업 진흥의 영역을 넘어선다는 점 주목할 필요가 있다. 제27조에서 규정한 인공지능 윤리원칙은 "인간의 존엄성에 대한 존중을 기초로 하여" 안전성·신뢰성·접근성을 강조하며, 이는 "인공지능의 개발, 제공 및 이용 등 모든 영역에서 사회구성원이 지켜야 할 윤리적 기준"으로 명시되어 있다.

이 법의 투명성과 책임성 원칙-생성형 인공지능 결과물의 표시, 인공지능 기반 결정의 설명 가능성, 위험 평가 및 모니터링, 이용자 보호-은 법적 의무의 직접 적용 범위 밖의 방송사와 같은 민간 활용자들에 대해서도 자율 규제와 윤리적 규범으로 작용할 수 있는 기준이 될 수 있다. 고영향 AI에만 한정된 명시적 규제가 있더라도, 법이 천명한 윤리 원칙과 투명성·책임성의 기본 원리는 모든 인공지능 활용 분야에 보편적으로 적용되어야 할 가치로 기능할 수 있다는 의미이다.

3. 포괄적 규범의 방송분야 인공지능 개발·활용에 대한 시사점

인공지능기본법, 관계부처 AI 윤리기준, 방통위 생성형 AI 가이드라인은 AI개발과 활용에 있어 보편적인 윤리 원칙으로 인간 존엄성, 투명성, 책임성, 다양성, 안전성 등을 제시하고 있다. 이 원칙들은 방송분야 AI 활용에서도 계승되어야 할 윤리적 지향점이자 최소 기준으로 볼 수 있다. 방송 분야는 이러한 규범과 가이드라인으로부터 다층적인 시사점을 도출할 수 있다. 이들 포괄적 규범은 이미 개발된 생성형 AI 도구를 사용자로서 활용하면서 동시에 AI 생성물을 배포자로서 공중에게 전달하는 방송사에게도 중요한 함의를 제공

한다. 방송사에게 단순히 기술 사용자의 입장만을 요구하는 것이 아니라, 공적 영향력을 행사하는 배포자로서 사회적 책임을 다하도록 촉구가 필요하다. 방송사는 AI기술을 사용하여 생성한 결과물을 유통하는 배포자로서, 포괄적인 규범에서 규정하고 있는 사회적 책임을 일부 공유한다.

첫째, AI 기술 사용자로서의 책무이다. 생성형 AI의 결과물을 방송 콘텐츠에 활용할 때, 그 정확성과 공정성을 최종적으로 담보할 책임은 방송사에게 있다. 이는 가이드라인에서 서비스 제공자에게 요구하는 검증 및 모니터링 책무를 방송사가 콘텐츠 제작자로서 수행해야 한다는 의미다. 방송사는 AI가 생성한 자막, 뉴스 기사, 영상 편집 결과물 등이 정확하고 공정한지를 검증하는 절차를 마련하고, 심층 조작(deepfake) 기술을 이용한 무단 영상 생성이나 명예훼손적 정보 생성을 사전에 차단하는 기술적·제도적 장치를 갖춰야 한다.

둘째, AI 생성물 배포자로서의 책무이다. 방송사가 배포하는 콘텐츠 중 AI로 생성된 부분에 대해 시청자에게 명확하고 투명하게 고지할 책임이 있다. 이는 가이드라인의 투명성 원칙을 방송 콘텐츠 차원에서 실현하는 것으로, 시청자로 하여금 정보의 출처와 생성 방식을 정확히 인식하도록 하기 위한 것이다. 또한 방송 편성, 추천 알고리즘, 광고 타게팅 등에 생성형 인공지능이 활용될 경우, 이러한 의사결정이 알고리즘에 의해 이루어진다는 점을 사용자에게 알리고, 특정 계층이나 정치적 성향에 편향된 콘텐츠 노출이 발생하지 않도록 하는 가이드라인의 공정성 원칙도 반영해야 한다. 나아가 청소년 유해 콘텐츠가 AI를 통해 의도적으로 생성되거나 배포되지 않도록 기술적 필터링과 콘텐츠 검증을 강화하고, 시청자의 신고 채널을 명확히 하는 등 가이드라인의 안전성 원칙을 준수해야 한다.

인공지능기본법, 관계부처 AI 윤리기준, 방송통신위원회(현 방송미디어통신위원회)의 생성형 AI 서비스 이용자 보호 가이드라인은 개발자 중심의 가이드라인이지만, 방송분야 시청자 보호와 방송의 공공성·공익성 강화라는 측면에서 합의가 있다. 먼저, 생성형 AI 서비스 이용자 보호 가이드라인의 이용자 권익보호와 투명성 확보 원칙은 시청자 보호 차원에서 'AI 생성 콘텐츠의 명확한 고지 의무화', '시청자의 개인정보 보호 강화 방안', 'AI 활용 시 발생 가능한 편향성 방지 체계', '허위정보 및 오정보 확산 방지 메커니즘' 등의 실행원칙 마련에 참조할 수 있다. 또한, 방송의 공공성·공익성 강화 측면에서 신뢰성 확보와 안전성 보장 원칙을 방송의 사회적 책임 이행에 대한 실행규범으로 참조할 수 있다. 예를 들어, 'AI 시스템의 검증 및 모니터링 체계 구축', '콘텐츠 생성 과정의 투명성 확보', '사회

적 약자 및 소수자 보호 장치 마련, '공정보도 및 객관성 유지를 위한 AI 활용 원칙' 등이 방송분야 AI활용의 신뢰성 확보와 안전성 보장을 위한 실행 방안으로 제시될 수 있다.

<표 3-4> 인공지능 윤리 포괄규범의 주요원칙과 방송분야 시사점

포괄규범 공통규범	인공지능 윤리기준	생성형 인공지능 이용자 보호 가이드라인	OECD권고안	방송분야
인간존엄성	인권보장/공공성	인간 중심성	인간존중	인간 존엄성과 기본권 보호 원칙
투명성	투명성	투명성	투명성과 설명가능성	투명성과 설명 가능성 원칙
책임성	책임성	공정성	책임성, 공정성	사회적 기여와 책임 원칙
다양성	다양성 존중			다양성 존중과 비차별 원칙
안전성	안전성/침해금지	안전성, 건전한 이용	안전성	안전성과 신뢰성 확보 원칙
데이터 관리	데이터관리/ 프라이버시 보호	프라이버시 보호		데이터 정당성과 목적 한정 원칙

제2절 방송분야 AI윤리 규범 추진 동향 분석

1. 주요국의 방송분야 AI윤리 규범 추진 동향

가. 영국 OFCOM의 방송사업자를 위한 권고

방송분야의 AI 활용에 관한 윤리규범은 여전히 포괄적 AI 정책의 일부로 다루어지는 경향을 보이고 있다. 다만, 영국의 경우, Ofcom이 2023년 '방송사업자를 위한 권고: 방송 프로그램 내 합성 미디어(딥페이크 포함)¹³⁾'를 발표하여 비교적 빠르게 방송분야의 AI 기술 활용에 대한 입장을 명확히 제시하고 있다.

Ofcom의 해당 권고는 법적 규제나 새로운 의무사항을 부과하는 것이 아니라, 방송사업자들이 알아두어야 할 중요한 정보와 권장 사항을 담은 안내문(note)의 성격을 갖는다. Ofcom은 표현의 자유라는 측면에서 합성 미디어 기술이 방송사업자와 시청자 모두에게 가져다줄 수 있는 이익을 인정한다. 예를 들어, 전통적인 미디어로는 달성하기 어렵거나 불가능한 콘텐츠를 제작함으로써 시청자 참여도를 높일 수 있는 잠재력 등을 인정한다. 그러나 동시에 이 기술의 사용이 방송사업자에게 윤리적인 도전을 제기하고 시청자에게는 잠재적 위험을 초래할 수 있음을 지적한다.

Ofcom은 딥페이크와 같은 합성 미디어 기술이 야기할 수 있는 세 가지 주요 문제를 제시하였다. 첫째, 합성 미디어는 허위정보(Misinformation)와 가짜정보(Disinformation)를 생성하는 데 활용될 수 있으며, 이러한 콘텐츠가 온라인상에서 빠르게 확산됨에 따라 방송 저널리스트들이 온라인 소스의 영상을 검증하는 데 어려움을 겪을 수 있다. 둘째, 합성 미디어의 확산은 시청자들의 콘텐츠에 대한 신뢰(Trust)와 신빙성(Credibility)을 약화시키며, 시청자가 보고 있는 영상이 딥페이크라는 것이 명확하지 않을 경우 실질적인 피해가 발생할 수 있다. 셋째, 시청자가 실제 인물의 딥페이크 영상을 잘못 인식할 경우, 해당 인

13) 별첨에 원문 및 번역문 제공

<https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/about-ofcom/bulletins/broadcast-bulletins/2023/issue-471/note-to-broadcasters-synthetic-media-including-deepfakes-.pdf?v=329464>

물에게 불공정한 결과를 초래하거나 그들의 사생활을 부당하게 침해할 가능성이 있다.

Ofcom은 이러한 잠재적 피해로부터 시청자를 보호하는 데 있어 기존 방송규정이 충분한 역할을 할 수 있다고 판단하였다. 구체적으로 현행 방송규정의 제2장(피해 및 불쾌감), 제5장(불편부당 의무와 정확성 의무), 제7장(공정성), 제8장(사생활보호)이 합성 미디어 사용으로 인한 문제에 적용될 수 있다고 보았다. 따라서, Ofcom은 AI사용 금지나 특화된 새로운 의무를 부과하지 않고, AI 기술을 활용한 방송 프로그램에서도 방송의 공공성과 사회적 책임에 관한 기존 규제들이 그대로 적용되어야 함을 확인하는 성격의 권고(note)를 발표했다.

<표 3-5> Ofcom의 방송사업자를 위한 권고 주요 내용

구분	내용
기본 원칙	<ul style="list-style-type: none"> • 합성 미디어 기술의 이점 인정 • 방송사업자와 시청자 모두의 신기술 탐구 권리 인정 • 표현의 자유와 시청자의 정보 수신권 균형 추구
적용 규정	<p>기존 방송규정 내의 제2장, 제5장, 제7장, 제8장 등을 적용하도록 권고</p> <ul style="list-style-type: none"> • 제2장: 피해 및 불쾌감으로부터 시청자 보호, 실질적으로 오해를 불러일으킬 수 있는 자료로부터 보호 (규칙 2.1, 2.2, 2.3) • 제5장: 뉴스 콘텐츠의 적절한 정확성 보장 (규칙 5.1) • 제7장: 개인이나 조직에 대한 부당하거나 불공정한 대우 방지 • 제8장: 부당한 사생활 침해 방지 • 제2장: 피해 및 불쾌감으로부터 시청자 보호, 실질적으로 오해를 불러일으킬 수 있는 자료로부터 보호 (규칙 2.1, 2.2, 2.3) • 제5장: 뉴스 콘텐츠의 적절한 정확성 보장 (규칙 5.1) • 제7장: 개인이나 조직에 대한 부당하거나 불공정한 대우 방지 • 제8장: 부당한 사생활 침해 방지
방송사업자의 책임	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 방송규정의 지속적 준수 • 시청자 피해 방지 • 방송 뉴스 신뢰도 유지 • 공정성 보장 및 사생활 보호
권고사항	<ul style="list-style-type: none"> • 합성 미디어 기술 사용의 잠재적 위험 고려 • 자체 준수 절차의 조정 또는 개발 필요성 신중 검토
규제 방식	<ul style="list-style-type: none"> • AI 사용 금지 없음 • 새로운 특화된 의무 부과 없음 • 기존 방송규정 적용 • 자율적 준수 절차 개발 권고

방송규정 제2장은 대중을 유해하거나 불쾌한 자료로부터 적절하게 보호하기 위한 방송 콘텐츠 표준을 규정하고 있다. 이 장의 주요 규칙은 다음과 같다. 첫째, 방송 프로그램 제작 시 일반적으로 수용되는 기준을 적용해야 한다(규칙 2.1). 둘째, 사실에 기반한 프로그램이나 사실적 묘사가 시청자를 실질적으로 오도해서는 안 된다(규칙 2.2). 셋째, 불쾌감을 줄 수 있는 내용이라도 맥락상 정당화될 수 있어야 한다(규칙 2.3). 넷째, 시청자가 실제 뉴스로 오인할 가능성이 있는 방식으로 뉴스 형식을 갖춰 정보를 제공해서는 안 된다(규칙 2.10).

합성 미디어 사용 시 제2장을 적용한다는 것은 방송사가 AI 기술을 활용할 때도 일반적으로 인정되는 기준을 적용하여 시청자를 유해하거나 불쾌한 콘텐츠로부터 적절히 보호해야 함을 의미한다. 특히 규칙 2.2(사실적 오인 방지)는 딥페이크의 가장 큰 위험인 허위정보와 가짜정보 확산을 막는 핵심 규정이다. 딥페이크를 사용하여 실제 인물이 말하거나 행동한 것처럼 보이게 할 경우, 시청자가 이를 실제 사실로 오인하지 않도록 명확히 해야 한다. 이는 권고문에서 언급한 "신뢰성 및 신용도 저하" 문제와 직접 연결된다.

또한, 규칙 2.3에 따라 합성 미디어 사용이 불쾌감을 줄 수 있는 경우에도 맥락상 정당화되어야 한다. 여기에는 프로그램의 편집 내용 및 성격, 방송 시간 및 예상 시청자층, 잠재적 시청자에게 콘텐츠의 성격을 알릴 수 있는 정도 등이 고려될 수 있다. 예를 들어, 딥페이크 사용 시 적절한 정보 제공(예: 자막이나 고지)을 통해 불쾌감을 피하거나 최소화할 수 있는 것들이 포함될 수 있다.

방송규정 제5장은 뉴스와 기타 프로그램에서 "적절한 공정성(due impartiality)"과 "적절한 정확성(accuracy)"을 보장하기 위한 규정을 담고 있다. 이 장의 핵심 원칙은 뉴스가 정확하게 보도되고 공정하게 제시되도록 보장하며, 특별한 공정성 요건을 준수하도록 하는 것이다. 여기서 "적절한 공정성"은 모든 견해에 시간을 공정하게 배분하거나 모든 주장을 반영해야 한다는 것을 의미하지 않는다. 이는 프로그램의 주제와 성격에 적절하거나 적합한 공정성을 의미하며, 주제의 성격, 프로그램 및 채널의 유형, 시청자의 예상 기대치 등에 따라 달라질 수 있다.

제5장의 주요 규칙은 다음과 같다. 첫째, 어떠한 형태로든 뉴스는 적절한 정확성을 가지고 보도되어야 하며, 적절한 공정성을 가지고 제시되어야 한다(규칙 5.1). 둘째, 뉴스의 중대한 오류는 신속하게 인지하고 적절한 일정에 따라 수정해야 한다(규칙 5.2). 셋째, 정치적 또는 산업적 논쟁이 있는 사항이나 현행 공공 정책과 관련된 사항을 다룰 때 적절한 공

정성을 유지해야 하며, 견해와 사실이 왜곡되어서는 안 된다(규칙 5.5, 5.7). 넷째, 주요 정치적 사건이나 국가적 중요 정책 등을 다룰 때에는 특정 견해나 의견을 부당하게 두드러지게 표현해서는 안 된다(규칙 5.11~5.12).

합성 미디어 사용 시 제5장을 적용한다는 것은 AI 기술을 활용한 방송 프로그램, 특히 뉴스 프로그램에서도 정확성과 공정성이 보장되어야 함을 의미한다. 규칙 5.1(뉴스의 적절한 정확성)은 가장 핵심적인 규정으로, 딥페이크를 사용하여 뉴스를 제작하거나 보도할 경우에도 적절한 정확성을 유지해야 한다. 예를 들어, 과거 영상 자료가 없는 역사적 사건을 AI로 재현하거나 언어 번역을 위해 뉴스 진행자의 음성을 합성할 경우에도 사실 관계의 정확성이 보장되어야 하며, 합성 미디어 사용 사실이 명확히 고지되어야 한다.

규칙 5.2에 따라 딥페이크 기술을 사용한 뉴스에서 중대한 오류가 발생한 경우—예를 들어 잘못된 인물의 모습으로 합성하거나 실제와 다른 발언을 한 것처럼 표현한 경우—이를 신속하게 인지하고 적절한 일정에 따라 수정해야 한다. 특히 딥페이크의 특성상 사실 오인이 심각한 피해로 이어질 수 있으므로 신속한 대응이 더욱 중요하다.

정치적 또는 산업적 논쟁이 있는 사항이나 현행 공공 정책과 관련된 사항을 다룰 때 딥페이크를 사용한다면, 규칙 5.5와 5.7에 따라 적절한 공정성을 유지해야 한다. 특정 정치인이나 공인의 모습이나 음성을 합성하여 특정 견해를 표현하거나 비판하는 경우, 견해가 왜곡되지 않도록 해야 하며 대안적 관점이 적절히 표현되어야 한다. 딥페이크를 통해 한 쪽 견해만을 강조하거나 특정 인물을 부정적으로 묘사하는 것은 공정성 원칙에 위배될 수 있다.

방송규정의 규칙 5.11~5.12에 따라 선거, 주요 정치적 사건, 국가적 중요 정책 등 주요 사항을 다룰 때 딥페이크를 사용하는 경우에도 특정 견해를 부당하게 유리하거나 불리하게 만들어서는 안 된다.

권고문에서 언급한 "허위정보 및 가짜정보" 문제와 "신뢰성 및 신용도 저하" 문제는 방송규정 제5장의 정확성 및 공정성 요구사항과 직접 연결된다. 방송사는 뉴스에서 딥페이크를 사용할 때 사실의 정확한 전달, 공정한 견해 제시, 합성 미디어 사용에 대한 명확한 고지 등을 통해 시청자가 오도되지 않도록 주의할 것이 요구된다.

방송규정 제7장은 방송사가 프로그램에서 개인이나 조직에 대해 부당하거나 불공정한 대우를 하지 않도록 보장하는 내용을 담고 있다. 이 조항에서 요구하는 준수 관행(규칙

7.2~7.15)은 방송 프로그램 제작에 참여하는 자를 공정하게 대우하고 정보에 입각한 동의를 얻을 것을 명시한다.

구체적으로, 방송사는 프로그램에 기여하는 자에게 프로그램의 성격, 목적, 내용에 대한 명확한 설명을 제공해야 한다. 프로그램을 편집할 때에는 기여한 내용을 공정하게 표현해야 하며, 자료를 재사용할 경우—즉, 원래 특정 목적으로 촬영 또는 녹화된 자료를 다른 프로그램이나 다른 목적으로 사용할 경우—불공정하지 않도록 해야 한다. 또한 과거 사건을 조사하는 프로그램을 포함하여 사실에 기반한 프로그램을 방송하기 전에 중요한 사실을 공정하게 제시해야 하며, 허위 진술이나 기만을 통해 정보, 오디오, 사진 또는 출연 계약을 얻거나 요구해서는 안 된다. 아울러 방송사는 프로그램 참여로 인해 심각한 피해를 입을 위험이 있는 기여자의 복지에 대해 충분한 주의를 기울여야 한다.

이러한 규정이 합성 미디어 사용 시에도 적용된다는 것은, 방송 프로그램에서 AI 기술을 활용할 때 개인이나 조직을 부당하게 표현하거나 불공정하게 대우하여 피해가 발생하지 않도록 주의해야 함을 의미한다. 실제 인물의 모습이나 음성을 AI로 변조하여 사용할 경우에도, 해당 인물이 부당하거나 불공정한 대우를 받지 않도록 해야 하며, 특히 해당 인물의 동의 없이 또는 오해를 불러일으키는 방식으로 딥페이크를 사용해서는 안 된다. 또한 합성 미디어를 사용하여 사실을 재구성하거나 표현할 때에는 개인이나 조직에 불공정한 방식으로 사실이 왜곡되거나 생략되지 않도록 해야 한다. 만약 딥페이크를 통해 특정 인물에 대한 부정적 주장이나 비판이 제기될 경우, 해당 인물에게 적절한 답변 기회를 제공해야 한다.

Ofcom은 방송사업자의 표현의 자유에 대한 권리와 시청자의 정보와 아이디어를 받을 권리에 부합하게, 방송사업자와 시청자 모두가 합성 미디어를 포함한 신기술들을 탐구할 수 있어야 한다는 점을 기본 원칙으로 제시한다. 동시에 Ofcom은 모든 허가권자들에게 방송 규정을 준수할 지속적인 책임이 있음을 명확히 하였다. 구체적으로 방송사업자들은 시청자를 피해로부터 보호하고, 방송 뉴스에 대한 높은 수준의 신뢰를 유지하며, 개인과 조직이 불공정하게 대우받지 않도록, 그리고 그들의 사생활이 부당하게 침해되지 않도록 보장해야 한다.

이에 따라 Ofcom은 모든 허가권자들에게 방송 콘텐츠를 제작하기 위한 합성 미디어 기술 사용과 관련된 잠재적 위험을 고려하여 자신들의 준수 절차를 조정하거나 개발할 필요

가 있는지 신중히 검토할 것을 권고하였다. 이는 방송사업자가 합성 미디어를 활용하기 전에 발생 가능한 위험을 사전에 평가하고, 필요한 경우 기존의 준수 절차를 점검하거나 새로운 절차를 개발하여 방송규정 준수를 담보할 수 있도록 하기 위함이다.

나. 미국 FCC 정치광고 내 AI 생성 콘텐츠 공개 규칙 제안

미국 연방통신위원회(FCC)는 2024년 7월 10일 정치광고에서 인공지능(AI) 생성 콘텐츠의 사용에 관한 투명성을 강화하기 위해 「정치광고에서 인공지능이 생성한 콘텐츠의 공개 및 투명성(Disclosure and Transparency of Artificial Intelligence-Generated Content in Political Advertisements)」이라는 제안규칙을 공개했다. 이 제안규칙은 AI 기술의 급속한 발전으로 인한 딥페이크(deepfake)와 같은 조작된 미디어가 정치 광고에서 악용될 수 있다는 우려에 대응하기 위한 것으로, 정치광고에 포함된 AI 생성 콘텐츠의 공개를 의무화하는 내용을 담고 있다.

이 제안규칙은 AI 생성 콘텐츠 사용 자체를 억제하지 않으면서도, 유권자들이 AI 생성 콘텐츠의 존재 여부를 알 수 있도록 함으로써 정보에 입각한 선택을 가능하게 하려는 목표를 가지고 있다. AI 생성 콘텐츠 자체를 금지하거나 제한하는 것이 아니라, 투명성과 공개(disclosure)를 통해 민주주의 과정에서 유권자 신뢰를 보호하려는 것이다.

이에, FCC의 제안규칙은 모든 라디오 및 텔레비전 방송국, 케이블 사업자, DBS(직접 방송위성) 제공자, 그리고 SDARS(위성 디지털 오디오 라디오 서비스) 면허권자들이 정치광고를 방송하기 전에 간단한 조회를 수행할 것을 요구하는 가벼운 책무를 부과했다. 이 규칙이 제정된다면, 방송사는 정치광고 방송 계약 체결 시점에 광고 구매자에게 해당 광고에 AI 생성 콘텐츠의 포함 여부를 서면으로 문의해야 한다. 이를 통해 방송사는 광고에 포함된 AI 생성 콘텐츠 여부를 파악하고, 이를 토대로 이후의 공개 및 기록 의무를 이행한다.

이외에도 방송사는 정치광고 방송시에 공지의무가 부과된다. 방송사가 AI 생성 콘텐츠를 포함하는 정치광고임을 발견한 경우, 광고 방송 직전 또는 방송 중에 시청자에게 공식적인 공시를 제공해야 한다. 라디오의 경우 "The following message contains information generated in whole or in part by artificial intelligence"라는 문구를 명확하고 이해하기 쉬운 음성 속도로 구두 고지해야 하며, 텔레비전의 경우 음성으로 구두 고지하거나, 화면에

시각적 텍스트로 표시해야 한다. 이때, 시각적 텍스트는 글자 크기가 화면 높이의 4% 이상이어야 하며 최소 4초 이상 표시되어야 한다.

방송사는 온라인 정치 파일에 AI 생성 콘텐츠를 포함하는 정치광고에 대한 공지사항을 기록하고 유지해야 한다. 이를 통해 청취자, 시청자 및 이해관계자들이 방송사에서 방송된 정치광고 중 어떤 광고에 AI 생성 콘텐츠가 포함되어 있었는지를 확인하고 추적할 수 있다.

제안규칙에서 "조작된 콘텐츠"에 대한 추가 표시 요구("This (image, video, or audio) has been manipulated")를 명시했으나, 정확히 어떤 경우에 이러한 표시가 요구되는지에 대한 구체적 기준은 명확하게 제시되지 않았다.

제안규칙은 아직 최종규칙으로 확정되지 않았다. FCC는 2024년 9월 4일까지 의견 제출 기간을 설정했고, 9월 19일까지 재의견 제출 기간을 설정했다. 현재까지 최종규칙으로 반영되지 않았다. FCC의 제안은 법적 권한, 헌법적 문제, 그리고 실무적 복잡성 등의 이유로 규정으로 제정되지 못했는데, 대표적으로 연방 선거 위원회(FEC: Federal Election Commission)와의 권한 충돌 문제가 주 원인이었다. FEC는 정치 커뮤니케이션에 대한 공시 요구사항을 규제할 독점적 권한을 가지고 있는 만큼, FEC 의장인 Sean Cooksey는 FCC의 제안에 대해서 FEC의 배타적 관할권을 침해하고, 기존 법률과 규칙에 직접 충돌하며, 다가오는 선거를 위해 정치 캠페인 간에 혼란을 야기할 것"이라는 서한을 보냈다¹⁴⁾.

FCC의 제안규칙은 최종적으로 규정으로 제정되지 못했으나, 투명성 공시를 통해 표현의 자유와 시청자 보호 간의 균형을 취하고자 했다는 점에서 의의가 있다.

다. 미국 주(state)법 추진 동향

연방 차원에서 자율규제를 강조하는 반면, 미국 개별 주(State)들은 선거를 앞두고 보다 구체적이고 강제적인 라벨링 규제를 추진한 바 있다. 특히 노스캐롤라이나주, 뉴멕시코주, 로드아일랜드주는 각각 상이한 방식으로 합성 미디어 및 AI 생성 콘텐츠에 대한 라벨링과 고지 의무를 강화하려는 법안을 추진하고 있다. 이러한 법안들이 현재 통과되지 않았음에

14) 원문출처:

https://www.fec.gov/resources/cms-content/documents/FEC_Chairman_Cooksey_Letter_to_FCC_Chairwoman_Rosenworcel_June_3_2024.pdf

도 불구하고, 이들 법안이 보여주는 방향성은 명확하다. AI 생성 콘텐츠에 대한 투명성을 강화하고, 사용자가 즉시 인식할 수 있는 방식의 고지 의무를 부과하는 것이다.

노스캐롤라이나주 하원법안 375는 "AI 및 합성 미디어의 오용으로부터 선거와 미성년자 및 일반 대중을 보호"하기 위한 법안으로 발의됐다. 이 법안은 정치 광고(제1조)와 음란물 및 조작된 이미지(제2조)에서 AI 생성 콘텐츠에 대한 표시의무와 책임에 관한 사항을 다룬다. 노스캐롤라이나주 법안의 가장 구체적인 특징은 라벨링 방식을 상당히 상세히 규정한다는 점이다. 정치캠페인에서 딥페이크 합성미디어 영상이 사용되는 경우, 선거 90일 이전의 정치광고에서 합성된 시각 콘텐츠(이미지, 비디오)의 경우에는 시각 콘텐츠 전체에 걸쳐 "This video content generated by AI", "This image generated by AI" 또는 "This content generated by AI" 등의 텍스트를 명시해야 한다. 이 표시는 "평균 시청자가 읽을 수 있도록 충분히 선명한 글꼴 크기"로 표시되어야 하며, "시각 미디어에 나타나는 다른 텍스트보다 작지 않아야" 한다. 추가적으로 "This (image, video, or audio) has been manipulated"라는 텍스트도 포함되어야 한다.

만약, 오디오 콘텐츠인 경우에는, 오디오 콘텐츠는 시작과 끝에 "Contains content generated by AI"라는 음성 고지를 넣어야 하며, 2분 이상의 오디오는 2분 간격으로 이를 주기적으로 반복해야 한다. 이 음성 고지는 "평균 청자가 쉽게 들을 수 있는 높이와 음성 속도"로 표현되어야 한다. 이러한 규정은 단순히 법적 요구사항을 넘어 시청자가 즉시 인식할 수 있는 방식의 표시를 강조하고 있다

〈표 3-6〉 노스캐롤라이나 주의 HB375법안에 따른 정치광고 고지의무

구분	문구	
시각콘텐츠	표시	"This video/image/content generated by AI"
	추가표시 문구	"has been manipulated"
	글꼴크기	다른 텍스트보다 크게
	표시범위	합성부분 전체에 걸쳐
	가독성	평균 시청자가 읽을 수 있게
음성콘텐츠	표시	"Contains content generated by AI"
	위치	시작과 끝 (2분 미만 영상) 2분 간격 반복(2분 초과 영상)

	음조	평균 청자가 들을 수 있도록
온라인	표시	출처, 저자, 수정자, AI사용정보

노스캐롤라이나 주의 HB375는 네 가지 특정한 상황에서는 "This content generated by AI" 같은 명시적 라벨 의무를 면제하고 있다.

먼저, 라디오 또는 텔레비전 방송국, 케이블 또는 위성 텔레비전 운영자, 프로그래머 또는 프로듀서를 포함한 방송사는 특정한 조건을 충족할 경우 라벨링 의무를 면제받는다. 특정한 조건이란 저널리즘 활동(뉴스 관련)이라면, 진위에 대한 의문이 있음을 명확히 인정할 경우, 그리고 가독성있게 이를 알린다면 라벨링 의무가 면제된다. 이 조건은 방송사가 "This content generated by AI"와 같은 명시적 라벨을 붙이지 않더라도, 화면의 자막이나 앵커 멘트를 통해 "이 영상의 진위는 검증되지 않았습니다" 또는 "이 영상의 진정성에 대해서는 의문이 제기되고 있습니다"와 같은 경고를 제시하면 면제된다는 의미다. 또한, 방송사가 딥페이크를 포함한 콘텐츠를 유료 광고로 방송하는 경우, 해당 기만적 또는 사기적 딥페이크를 방송하기 위해 금전을 수령했고, 그 묘사가 기만적 또는 사기적 딥페이크가 아니라는 것을 입증하기 위해 성실한 노력을 기울였을 때에는 면제가 된다. 이는, 광고주가 "이것은 실제 영상입니다"라고 명시하고, 방송사가 이를 합리적으로 확인했을 경우 면제된다는 의미다. 다만 "성실한 노력(good faith effort)"의 기준이 명확하지 않아 법적 분쟁의 여지가 있다.

둘째, 신문사나 웹사이트가 실질적으로 기만적인 오디오 또는 비디오 미디어를 게시하는 경우, 출판물에 실질적으로 기만적인 오디오 또는 비디오 미디어가 인공지능에 의해 생성되었다고 명확하게 명시되어 있다면 면제된다. 즉, "AI 생성" 표시만으로 충분하다는 의미이다.

셋째, 풍자 및 패러디와 같이 평균적인 시청자 또는 청자가 이것이 진실이 아니라는 것을 합리적으로 인식할 수 있다면 라벨링 의무가 면제된다.

넷째, 라벨링 의무는 47 U.S.C. § 230에 정의된 인터랙티브 컴퓨터 서비스에 적용되지 않는다. 즉, 소셜미디어 등에는 적용되지 않는다.

이 법안에 따르면 방송사는 상대적으로 약한 라벨링 책임을 지게 되는데, 방송사는 딥페이크 영상을 사용하더라도 라벨링 의무가 면제되며, 다만 해당 물질적으로 사기적인 오디오

오 또는 비디오 미디어의 진위에 대한 의문이 있음을 명확히 인정해야 한다. 즉, 텍스트나 음성으로 "이것은 검증되지 않은 콘텐츠입니다" 또는 "이 영상의 진위는 불확실합니다" 같은 진정성 있는 경고를 할 필요가 있다. 이러한 장치는 방송사가 뉴스 가치가 있는 덤페이 크를 보도할 때 과도한 라벨링 의무로 제약을 받지 않도록 하는 '언론의 자유' 보호 측면의 필요성을 반영한 것이다. 노스캐롤라이나주 HB 375는 현재 통과되지 않았으며, 2025년 3월 13일 상원 상업 및 경제 개발 위원회에 상정되었다.

로드아일랜드주도 정치 선거 관련 커뮤니케이션에서 기만적이고 사기적인 합성 미디어(synthetic media)의 사용을 규제하는 상원법안 816을 발의했다. 이 법안은 노스캐롤라이나 주 법안과 유사하게 선거 90일 이내에 "기만적이고 사기적인 합성 미디어(deceptive and fraudulent synthetic media)"를 배포하는 것을 금지하며, 시각적인 합성미디어에 대해서는 "This image/video has been manipulated or generated by artificial intelligence" 또는 유사한 문구를 표시해야 한다. 이 문구는 화면 내에 가장 큰 텍스트 크기 이상으로 표시되어야 하며, 다른 비교할 수 있는 텍스트가 없다면 평균시청자가 쉽게 읽을 수 있는 크기로 표시되어야 한다. 오디오 합성미디어에 대해서는 "This audio has been manipulated or generated by artificial intelligence" 또는 유사한 표현의 구두 고지가 필요하며, 시작과 종료 또는 2분 간격의 반복이 필요하다. 로드 아일랜드 주법안은 방송사가 단순히 정치광고를 송출하는 경우에는 합성미디어 고지 의무가 면제된다고 규정하고 있다 (§ 17-30-3). 노스캐롤라이나 HB375가 공시 조건을 두고 있다면, 로드아일랜드 S0816은 명시적으로 면제를 하고 있다는 점이 차이가 있다.

뉴욕 주는 광고에 인공지능으로 생성된 사람(합성연기자, synthetic performer)을 사용할 경우 고지 의무가 부과되는 법안(A. 8887-B / S. 8420-A)이 통과됐다¹⁵⁾. 이 법안은 광고에서의 합성연기자를 사용할 경우, 합성연기자 사용여부를 고지하는 의무를 중심으로 일반 사업법(General Business Law)을 개정하는 내용을 담고 있다. 합성 연기자 (Synthetic Performer)는 생성형 AI 또는 소프트웨어 알고리즘을 사용하여 컴퓨터로 생성, 복제 또는 수정된 디지털 자산으로 정의되며, 식별 가능한 자연인 연기자로 인식되지 않는 인간 연

15) 이 두 법안은 동일한 내용을 담고 있는 동반 법안으로 2025년 6월17일에 통과했으나, 아직 주지사 서명을 받지 않은 상태이다.

기자의 시청각 및/또는 시각적 연기를 하는 듯한 인상을 주도록 의도된 것을 의미한다. 이 법은 실존 인물을 기반으로 만들어진 딥페이크가 아니라, 새롭게 생성된 가상인물을 광고에 사용하는 경우에 적용된다는 점에서, 노스캐롤라이나, 로드아일랜드 주의 법안들과 차이가 있다.

이 법에 따라 광고주는 광고가 나타나는 모든 매체에서, 해당 광고에 합성 연기가 포함되어 있음을 눈에 띄게 공개해야 하는 책임이 부과된다. 광고제작자가 합성연기 사용에 대해 실제 인지하고 있는 경우에만 의무가 발생한다.

이 법은 무분별한 규제를 피하기 위해 표현적 저작물 광고, 오디오 광고, 언어 번역, 방송사나 OTT 등 배포업체에게는 책임이 면제된다. 이때, 표현적 저작물 광고란, 영화, TV 프로그램, 스트리밍 콘텐츠, 다큐멘터리, 비디오 게임 등 표현적 저작물의 광고 및 홍보 자료를 의미한다. 단, 광고에서의 합성 연기자 사용이 본편 저작물에서의 사용과 일치할 경우에만 면책을 받을 수 있다. 또한, 신문, 잡지, TV 방송국, 스트리밍 서비스, 광고판 등 광고를 발행하거나 유포한 매체나 플랫폼 자체는 본 조항 위반으로 인한 책임에서 제외된다.

노스캐롤라이나, 로드아일랜드, 뉴욕주의 법안은 통과여부와 상관없이, 미국이 시청각매체에서 AI영상에 대한 접근법을 보여준다. AI기술의 활용에 제약을 두지 않되, AI 생성 콘텐츠 사용에 대한 투명성을 강화함으로써, 표현의 자유와 시청자 보호간의 균형을 유지한다는 것이다. 즉, 시청자가 AI사용을 인식할 수 있게 함으로써, AI의 잠재적 위협을 방지하는 것이 주된 방향성이다. 특히, 노스캐롤라이나주와 로드아일랜드 주는 정치 광고와 포르노 영역에서 텍스트 및 음성 라벨링의 구체적 방식을 규정함으로써, 시청자와 청자가 "즉시" AI 생성 여부를 인식할 수 있도록 강제하고 있다.

2. 국내외 방송·미디어 분야 사업자의 AI자율규범 추진 사례

가. 유럽방송연합(EBU)의 「생성형 AI와 공영미디어 가이드」

유럽의 주요 공영 방송사들의 연합체인 EBU는 공영 미디어(PSM) 기관들이 생성형 AI를 책임감 있고 윤리적으로 활용할 수 있도록 돕기 위해 회원사들이 참고할 수 있는 모범적인 실무표준(best practice)을 제시하는 문서로 「생성형 AI와 공영미디어 가이드(Generative AI and Public Service Media)」을 2024년 6월에 발표했다. 이 문서는 단순히 기술 현황을 분석하는 것을 넘어, 최고경영진 권고안 9가지와 같이 회원사인 공영방송사들이 AI에 대응하여 고려해야 하는 전략 실행 방안을 제시하는 문서이다. 이 문서가 회원사들이 지켜야 하는 공공 규범의 성격을 가지기 보다는 회원사들의 이익을 위한 AI 전략 방안 제시 성격의 문서이지만, 데이터 사용과 출처표시, 그리고 방송사의 신뢰도가 공영방송사의 공통적인 주제임을 확인하는 문서로서 의미가 있다.

이 문서는 공영미디어의 생성형 AI의 활용에 있어서 ‘데이터 사용의 투명성’, ‘출처표시 및 연결성 확보’, ‘저명성과 검증’의 3가지 측면에서, AI가 공영방송에 미치는 영향과 공영방송사들이 추구해야하는 전략을 간략하게 검토한다. 첫째, ‘데이터 사용(Data Use)’ 측면에서, 공영방송사는 데이터의 공정하고 투명한 활용 구조가 구축을 지향해야 한다. 미디어 콘텐츠가 AI 모델 훈련에 사용될 때 저작자의 동의가 필요하고 학습에 사용된 데이터에 대해 투명하게 공개할 책임이 있으며, 언론사가 콘텐츠 무단 수집을 원치 않는다면 이를 거부하고 협상을 통해 조건을 결정할 권리가 있어야 한다.

둘째, 이 문서는 ‘출처 표기 및 표시(Source Attribution and Display)’ 측면에서 생성형 AI 결과물에는 어떤 원천 데이터가 사용되었으며, 필요하다면 쉽게 원본 콘텐츠로 연결될 수 있게 인터페이스 구축이 필요하다는 것이 공영방송사의 입장으로 설명한다. 이는 공영방송사의 브랜드 가치를 보호하고 신뢰도가 높은 소스를 우선적으로 노출할 수 있도록 하는 방안을 마련하는 등의 노력을 강조한다.

마지막으로 ‘저명성과 검증(Prominence/Verification)’ 측면에서 대규모로 생성되는 허위정보에 대처하는 방안으로 검증된 미디어를 우선 배치하는 전략이 필요하며, 특히 공익성이 높은 미디어가 사용자에게 접근하기 어려워지지 않도록 검색·추천 알고리즘에서 정확성과 공익성을 우선시 해야 한다고 지적한다. 특히, 진위를 판별하기 위해 검증 기술

(C2PA 등)을 마련하고 채택하는 것이 중요하며, 도용이나 사칭에 대해서는 신속하고 적극적으로 대응해야 한다고 강조한다.

<표 3-7> 유럽방송연합(EBU)의 「생성형 AI와 공영미디어 가이드」 주요 내용

구분	주요내용
데이터 사용	<p>생성형 AI 시스템이 훈련 및 최적화되는 환경은 미디어 제공자(Media Provider)와 생성형 AI 제공자 간의 공정한 관계를 가능하게 하고 촉진해야 한다.</p> <p>미디어는 자신의 콘텐츠가 생성형 AI 모델을 훈련하고 최적화하는 데 사용될 수 있는지 여부와 사용 방식을 온전히 결정할 수 있는 권한을 가져야 하며, 관련하여 적절한 보상을 포함한 사용 조건을 협상할 수 있어야 합니다.</p> <p>오늘날 AI 개발자들이 AI 모델을 훈련하기 위해 미디어 제공자들의 콘텐츠를 수집하고 사용하는 방식은 대체로 불투명한 상태로 남아 있습니다. AI 제공자들은 생성형 AI 모델 및 서비스를 훈련하고 운영하기 위해 미디어 기업의 콘텐츠 및 데이터를 과거에 어떻게 사용했는지, 현재 어떻게 사용하고 있는지에 대해 투명하게 공개해야 하며, 권리 보유자가 해당 콘텐츠 및 데이터 사용에 반대하지 않는지 확인할 의무가 있습니다.</p>
출처 표기 및 표시	<ul style="list-style-type: none"> - 대중에게 공개되는 생성형 AI 도구는 AI 결과물을 생성하거나 강화하는 데 사용된 출처를 올바르게 귀속(attribution) 시킬 수 있도록 설계 - 결과물의 표현 방식과 미디어 출처의 적절한 표시는 미디어 기업들과 합의된 특정 지침에 의해 규율될 필요가 있음
저명성과 검증	<ul style="list-style-type: none"> - 허위 정보에 맞서 싸우기 위해 AI 제공자, 온라인 중개자(Online Intermediaries), 미디어 조직을 포함한 모든 이해관계자 협력 - 콘텐츠의 출처를 확인할 수 있는 신뢰할 수 있는 솔루션 (예: C2PA 사양과 같은 콘텐츠 출처 표준)의 개발 및 채택을 장려 - 허위 정보를 명확히 식별하고, 미디어 브랜드 및 정체성 오용을 포함한 불법 콘텐츠를 신속하게 제거

기본적으로 이 문서는 공영방송사가 AI시대에 AI관련 쟁점을 어떻게 다루어야 하는지에 대한 입장 정리문 같은 성격을 가진다. 이 문서는 2024년 6월 11일에 발표되었으며, 이후 2024년 9월13일에 EBU는 출처 표기 및 표시에 있어서 방송사/언론사의 면책 필요성을 언급한 문서를 추가적으로 발표했다. EBU는 ‘AI 규제에 하여 공공 미디어의 요구가 충족되고 있는가(AI regulation: Are public service media’s needs being met?)’라는 문서에서 EU의 「인공지능법」이나 유럽평의회(Council of Europe)의 AI협약에서 요구하는 라벨링 의무가 실제 뉴스 제작환경에서 비실효적일 수 있다고 지적한다. 「인공지능법」은 AI가

생성한 콘텐츠를 표시 및 분류하기 위한 정보 공개 요건을 도입했지만, 정작 악의적인 허위 정보 유포 행위자들이 이를 준수할 가능성이 낮아 실효성이 낮다는 지적이다. 반면, 저널리즘 과정에서 단순한 라벨링은 AI가 저널리즘 과정에 어떻게 기여했는지 대중에게 의미 있게 알리는 데에는 도움이 되지 않고, 오히려 콘텐츠에 대한 신뢰를 떨어뜨리기 때문에 역효과를 발생시킬 수 있다. 따라서, 언론사가 AI가 생성한 텍스트에 라벨을 붙이지 않아도 되는 예외 조항이 마련되어야 자유로운 표현을 보장하면서도 제대로 된 투명성 강화가 가능하다고 지적한다. 이러한 지적은, 미국의 노스캐롤라이나 주와 로드아일랜드 주의 정치광고에 관한 라벨링 법안에서 방송사와 언론사에게 면제조항을 마련한 것과 맥을 같이 한다.

나. 주요국 공영방송사의 내부 윤리규범 및 원칙

생성형AI기술의 광범위한 활용에 대비하여, 주요 공영방송사(영국 BBC, 독일 DW, 미국 NPR, 미국 PBS, 캐나다 CBC, 호주 ABC 등)는 AI 기술 활용에 따른 윤리적 문제에 대응하기 위해 내부적으로 AI활용의 범위와 준수사항에 관한 지침성격을 가진 문서를 마련했다.

1) 영국 BBC

영국 BBC는 2025년도 BBC 편집지침(BBC Editorial Guidelines 2025)을 업데이트 하면서, '섹션 2. 공정성' 관련 섹션의 '§2.4.19. 기술의 활용(Use of Technology)'에 "AI를 사용하여 콘텐츠를 배포하거나 큐레이션하는 모든 제품은 편집 경험으로 간주되므로 편집 승인과 인적 감독을 받아야 합니다"라는 문구를 추가했다. 이어서, 참고 박스로 "필수 추천: 고위 편집자는 모든 AI의 배포 및 지속적인 사용을 감독할 책임을 져야 합니다. AI 배포에 대한 결정을 내리기 전에 편집 정책 부서에 자문을 구해야 하며, 편집 정책 부서는 AI 위험 자문 그룹과 협의할 수 있습니다"와 "독립 제작사의 경우, 시청자에게 전달되는 콘텐츠에 중대한 영향을 미칠 수 있는 AI 활용 계획은 의뢰 과정에서 논의되어야 합니다. 제작팀 내 규정 준수를 담당하는 고위 편집 담당자는 AI 활용에 대한 책임과 의무를 져야 합니다"라는 문구를 추가했다.

이어, BBC는 편집지침 §2.4.19. 조항의 별첨 자료로 'AI사용에 관한 지침(Guidance: The

use of Artificial Intelligence)’도 첨부했다. 이 지침은 AI를 편집에 사용하는 모든 단계에서 추가 조언을 어디에서, 언제, 어떻게 얻어야 하는지에 대한 조언을 제공하는 데에 목적을 두고 있다. 이 문서는 “BBC에서 근무하는 직원 및 프리랜서의 경우, AI 활용 제안은 먼저 고위 편집 담당자에게 전달되어야 하며, 편집 담당자는 편집 정책을 참고해야 한다. 편집 정책은 제안된 활용 방안 및 질문 사항, 특히 편집과 관련 없는 사안을 ‘AI 위험 자문 그룹(AIRA)’에 회부할 수 있다”라고 명시하고 있다. 이 내용은 AI활용의 전 과정에서 고위 편집 담당자에게 보고 및 승인이 필요하다는 절차에 관한 사항을 확인하고, 기존의 편집 정책을 AI생성물에도 적용해야 됨을 강조하는 것으로 볼 수 있다. 또한, BBC내부에 AI 위험을 검토할 수 있는 독립적인 자문그룹으로 ‘AI 위험 자문 그룹(AIRA)’이 설치되어 있음을 명시하고 있다. AIRA는 BBC 전반의 AI 위험 전문가로 구성되어 있으며, 법률, 데이터 보호, 상업 및 사업, 정보 보안, 편집 정책 등 다양한 분야의 전문가들로 구성되어 있다. AI 위험 자문 그룹은 AI 사용에 따른 편집 위험과 비편집 위험에 대한 자문을 제공하는 기구이다.

이 지침은 행위 규범을 상세하게 나열하지는 않았으나, 인공지능의 위험과 사용사례에 대한 서술문의 내용을 통해서 내부적인 실행규범으로 삼을 수 있는 행위지침을 추출하면 다음의 표와 같다.

<표 3-8> 영국 BBC의 AI사용에 관한 원칙과 추론가능한 행위 지침

영역	추론가능한 행위 지침
편집 책임과 통제	<ul style="list-style-type: none"> - 인간 감독 유지: AI가 생성하거나 수정하는 콘텐츠에 대해 항상 최종적인 편집 및 사실 검증 책임을 사람이 진다. - 편집지침 준수: 공정성, 정확성, 공정성 및 개인정보 보호 원칙을 포함한 편집 지침을 준수한다. 독립 생산자를 포함한 제3자가 제공한 콘텐츠에 대해서도 편집지침을 준수한다. - 내부절차 준수: 사용되는 모든 외부 AI 도구는 일반적으로 사용 전에 기존 BBC 소프트웨어 승인 또는 조달 절차에 따라 승인을 받는다.
투명성과 신뢰	<ul style="list-style-type: none"> - AI 사용 고지: 시청자/청중이 오해하지 않도록 AI의 사용 사실과 방식을 공개한다.
정확성	<ul style="list-style-type: none"> - 보조적 도구 사용: 뉴스 제작에 있어 AI를 생산성 및 효율성을 높이는 보조적인 설명 도구로 활용한다. - 생성범위 제한: 편집 소프트웨어에서 제공하는 생성적 AI 옵션은 대중을 심각하게 오도하지 않는 경우로 한정해서 사용하고, 뉴스, 시사, 사실 기반 저널리즘 영상과 정지 이미지는 동정적인 자르기과 밝기 및 대비의 사소한 조정 이외에는 사용하지 않는다.
데이터 및 저작권	<ul style="list-style-type: none"> - 데이터 사용 점검: 학습데이터가 합법적이고 윤리적인지, 그리고 저작권을 침해(표절, 모방 등)하지 않는지 확인한다.
공정성과 편향성	<ul style="list-style-type: none"> - 편향성 인지 및 완화: AI 시스템이 학습 데이터의 편향으로 인해 불공정하거나 차별적인 결과를 초래할 수 있음을 인지하고, 이를 완화하기 위한 조치를 취해야 한다.

이외에도, BBC는 2025년 1월6일에 AI에 대한 편집 지침의 일부로, 「BBC AI 투명성(BBC AI Transparency)」를 공개했다. 이 문서에서 AI사용내역을 투명하게 공개하기 위해서는 직접 공개와 간접 공개의 두가지 유형이 가능하다고 안내하고, 대중을 심각하게 오도할 위험이 있는 경우나 사람의 직접적인 감독이나 검토 없이 결과물을 자동화하는 경우(예: AI를 사용한 자동 자막)에는 직접 공개가 요구된다고 설명한다.

AI 사용에 대한 직·간접적인 공개가 필요한 경우, 인간이 수행하는 역할과 AI에 대한 감독 수준이 명시되어야 한다고 권고한다. 명확성과 일관성을 위해, 다음 표의 공개 공식을 유지하되, 콘텐츠의 성격과 어조에 맞게 조정할 수 있다는 원칙을 제시한다. 초안 작성 방식에 대해서는 담당 위원 또는 BBC 주요 담당자와 논의하여 최종 문구를 합의하도록 함으로써, 개별 사안에 대한 유연성을 확보했다.

<표 3-9> 영국 BBC의 AI투명성 지침의 AI사용 공개공식

공개 공식:

콘텐츠 형식¹ + 인간의 역할(감독 포함)² + AI의 역할³ + 자세한 내용은 링크 참조⁴

¹ 콘텐츠 형식: 콘텐츠에 대한 설명

² 인간의 역할(감독 포함): 인간의 참여와 통제, 특히 인간의 감독과 검토, 그리고 AI가 자동으로 작동하는 곳이 어디인까지 인지를 명시

³ AI의 역할: AI가 무엇을 하는지를 명시

⁴ 자세한 정보에 대한 링크: 기술적으로 가능하다면, AI의 구체적인 활용에 대한 자세한 정보를 링크(예: 블로그 게시물이나 외부 커뮤니케이션).

다음은 위의 공식을 적용하여 AI사용여부를 공개하는 예시문이다.

<표 3-10> BBC AI투명성 지침의 AI사용 공개 예시문

예시1. “이 기사는 AI를 활용하여 번역을 지원하는 기자가 작성 및 검토했습니다.BBC의 AI 활용 방식에 대한 자세한 내용은 [링크]를 참조 하세요.”

예시 2. “오늘 경기는 (기자 이름)이 BBC 라디오 방송을 기록하고 요약하는 AI 도구를 활용하여 전달해 드립니다. 저희는 이러한 도구를 활용하여 다른 방법으로는 중계할 수 없는 경기의 생중계 페이지를 제작하는 것을 목표로 하며, 이번 시범 운영을 통해 이러한 기술을 개발할 것입니다. 모든 게시물은 게시 전 (편집자 이름)의 검토를 거칩니다.”

AI를 사용하여 사실적 사건을 재구성하는 경우와 같이 이미 AI가 사용되었음이 공개된 경우라면 일회적 공개만으로도 충분하다. 다만, 이 경우에도 AI사용이 시청자를 오도할 위험에 실질적으로 기여할 수 있는 경우에는 공개가 요구된다.

2) 호주 ABC

호주 ABC방송은 2024년 6월 28일에 ‘ABC AI원칙(ABC AI principles)’을 공개하고, 2025년 10월 16일에 개정된 ‘ABC방송콘텐츠에서 AI도구 사용에 관한 권고(Using AI tools in ABC content)’를 발표했다. 이 문서들은 ABC의 편집 정책 내의 일부로, ABC의 AI 활용에 대한 명확한 기준을 제시하는 공식 편집 가이드라인의 성격을 가진다.

ABC AI원칙은 시청자 서비스 제공, 정확성, 개방성과 투명성, 데이터 보호, 편견완화, 창작자 권리 존중, 실험 및 평가 등 7가지 원칙을 제시한다.

〈표 3-11〉 호주 ABC의 AI원칙

원칙	내용
청중 서비스 제공	청중에게 제공하는 서비스를 강화할 수 있는 AI 도구를 사용하고 실험할 것
정확성	AI를 활용하여 제작된 모든 ABC 콘텐츠에 대해 직원들이 책임을 지도록 함 특히 뉴스, 정보, 사실 기반 콘텐츠에 있어 정확성이 매우 중요
개방성과 투명성	시청자들에게 AI 기술을 어떻게 활용하고 있는지 알릴 것. 특히, AI의 작동 방식과 시청자에게 어떤 영향을 미치는지 설명 가능하게 할 것 시청자를 오도할 수 있는 방식으로 AI를 사용하지 않을 것
데이터 보호	AI를 사용하여 ABC의 데이터와 대중이 맡긴 개인 정보를 모두 보호하기 위해 노력할 것
편견 완화	AI 데이터나 알고리즘에 존재하는 편견이 기존의 불평등을 연속화하고 확대하며 차별로 이어지는 것을 방지하고자 노력할 것
창작자 권리 존중	AI를 사용할 때 창작자와 권리자의 권리를 항상 고려 ABC 직원들이 제작하는 작품에 대한 권리를 보호
실험 및 평가	혁신의 기회를 파악하고 대상 고객과 조직에 대한 잠재적 위험을 완화하기 위해 AI 기술이 발전함에 따라 이를 지속적으로 평가하고 실험할 것

‘ABC방송콘텐츠에서 AI도구 사용에 관한 권고(Using AI tools in ABC content)’는 기존의 편집정책에 AI에 관한 조항을 다음의 표와 같이 추가하는 내용을 담고 있다. 이 가이드라인은 AI기술의 잠재적 이점을 인정하면서도 AI원칙에 기반한 개방성, 투명성, 정확성 등의 핵심가치를 기반으로 AI사용에 신중하게 접근해야 한다는 내용을 담고 있다. 방송콘텐츠의 제작과정에서 기존 편집정책 준수 및 신뢰 유지, 인적 검토 및 책임, AI사용 고지 의무화 및 투명성, 증거자료의 AI변경 금지 및 뉴스·보도에서 독립적 검증 의무화 등은 ABC가 추구하는 주요 실행규범이다.

먼저 이 가이드라인은 기존 편집 정책이 준수되어야 함을 강조한다. ABC는 AI 도구의 도입에도 불구하고 독립성과 정직성, 정확성과 공정성, 공정하고 정직한 거래, 해악과 범죄 방지 등 기존 편집 정책의 모든 기준이 AI 활용에도 동등하게 적용되어야 함을 명시하였다. 즉, AI는 편집 기준을 약화시키는 수단이 될 수 없으며, 모든 콘텐츠 제작 프로세스에서 편집 정책의 기준 충족이 전제조건이다.

〈표 3-12〉 호주 ABC 방송콘텐츠에서 AI도구 사용에 관한 권고 중 편집정책

정책 영역	정책 번호	내용	실행방안
독립성과 성실성	1.1	ABC의 독립성과 성실성을 유지합니다.	- 모든 생성물에 대한 ABC 관리·승인 - 프로토콜 준수
	1.2	ABC가 방송하거나 게시하는 콘텐츠에 대한 ABC 편집 통제권을 행사합니다.	
정확성과 공정성	2.1	중요한 사실이 정확하고 맥락에 맞게 제시되도록 합리적인 노력을 기울이십시오.	- 정확성 준수를 위한 합리적 노력 - 뉴스 및 정보콘텐츠에 대한 공정한 수집과 제공 - 사전적인 인적 검증 - 합성미디어에 대한 시청자 고지 - 증거자료에 대한 변경 제한
	2.2	사실적인 내용을 시청자에게 중대한 오해를 불러일으킬 수 있는 방식으로 표현하지 마십시오. 경우에 따라 적절한 라벨이나 기타 설명 정보가 필요할 수 있습니다.	
공정하고 정직한 거래	5.1	ABC 콘텐츠 참여자는 일반적으로 참여의 일반적인 성격에 대해 알고 있어야 합니다.	- 사전허가 취득
	5.6	다른 사람의 작품을 자신의 작품인 것처럼 왜곡해서 표현하지 마십시오.	
해악과 범죄	7.1	해를 끼치거나 불쾌감을 줄 수 있는 콘텐츠는 편집 맥락에 따라 정당화되어야 합니다.	- 잠재적 피해에 대한 인지와 주의
	7.7	편견을 묵인하거나 조장하는 것으로 합리적으로 해석될 수 있는 고정관념이나 차별적인 내용의 부당한 사용을 피하십시오.	

이 가이드라인에서 주목할만한 점은 AI 활용 정도에 따른 내부보고·인적 검토·승인 절차의 계층적 구조를 마련했다는 것이다. ABC 방송 콘텐츠 제작에 AI 도구를 사용하는 모든 외주제작의 경우에는 ABC 내부 직원에게 보고하도록 의무화하였으며, 관리자는 추가 상향 검토 필요 여부를 판단한다. AI 활용을 명시적으로 표시하지 않는 콘텐츠의 게시 또는 방송은 뉴스 부서장의 승인을 받아야 한다. 화면 및 오디오 부문의 경우도 유사한 방식으로 편집 관리자 상담 및 검토 체계를 구축하도록 하였다. 이외에도, 논란 가능성이 높거

나 엄청난 영향을 미칠 수 있는 콘텐츠는 상위 관리자에게 상향 추천되어야 한다.

정확성과 공정성 원칙 준수를 위해, 뉴스 및 보도 콘텐츠의 독립적 검증 의무화를 강화하였다. 뉴스 및 정보 콘텐츠에서 생성 모델이 부정확하거나 오해의 소지가 있거나 잘못 귀속된 결과를 생성할 수 있다는 점을 인식하면서, ABC 직원들이 AI 결과를 유일한 진실의 원천으로 삼지 않도록 규정하였다. 뉴스 및 정보 콘텐츠에 사용되기 위해 제안된 모든 AI 결과의 내용은 출판 또는 방송 전에 독립적으로 검증되어야 한다. 특히 데이터 분석의 경우, ABC 직원들이 도구의 한계를 인식하고 데이터 결함을 완화하거나 시청자에게 공개해야 한다.

이외에도, AI 사용에 대한 시청자 고지가 필요하다는 내용을 명시화했다. ABC는 일반적으로 시청자가 콘텐츠 제작 과정에서 AI 도구가 사용되었다는 사실을 알아야 한다는 정책을 설정하였다. 이러한 고지는 콘텐츠의 형식에 적합한 방식으로 이루어져야 하며, 이미지의 경우 그래픽 템플릿이나 캡션을 통해 AI 생성 또는 편집 여부를 표시하고, 비디오의 경우 화면 그래픽이나 스크립트를 통해 공개한다. 콘텐츠 내에서 공개가 현실적으로 불가능한 경우, ABC는 프로그램 페이지, 엔딩 크레딧, 웹사이트 등 다른 수단을 통해 합리적인 노력으로 시청자에게 고지할 것을 요구하고 있다.

더불어, '공정하고 정직한 거래'와 관련하여 실존 인물의 음성 및 초상 생성 시 사전 허가가 취득이 필요하다는 정책을 설정하였다. 콘텐츠에 참여하는 사람의 목소리나 모습을 생성 AI 도구를 이용해 재현하기 전에 일반적으로 허가를 받도록 의무화하였으며, 참여자는 자신의 참여의 일반적 성격에 대해 사전에 인지하고 있어야 한다. 이는 신원 기반 합성물(deepfake)의 악용 방지 및 개인 권리 보호를 목표로 하는 규제이다.

뉴스의 공정성을 보장하기 위해, 증거 자료에 대한 AI 변경 절대 금지를 규정하였다. ABC는 증거 자료에 대해서는 AI 도구를 사용한 어떤 형태의 변경도 허용하지 않는다고 명시하였다. 이는 실제 사건이나 사람을 묘사하거나 뉴스 콘텐츠의 근거가 되는 자료의 신뢰성과 무결성을 절대적으로 보호하기 위한 조치이다.

또한, 이 가이드라인은 제3자로부터 위탁받은 콘텐츠에 대해 ABC의 편집 책임자가 콘텐츠 또는 제작 과정에서 AI가 실질적으로 사용되는 모든 상황을 감독하도록 하였다.

더불어, 미디어 자산의 편집에 있어서, ABC는 생성 AI를 통한 제한적 편집을 허용하되 중심 주제의 변경은 금지하고, 모든 변경사항을 메타데이터 또는 프로그램 문서에 명시하

도록 규정하였다. 마케팅 및 홍보 활동의 경우, 홍보 자료의 주요 자산은 AI로 생성되어서는 안 되며, 실제 인물, 장소, 사건 묘사를 변경하거나 맥락을 재구성할 때는 주의를 기울일 것을 강조하고 있다.

3) 미국 PBS

미국 PBS는 생성형AI의 사용과 관련하여 현재의 편집정책의 적용 방법을 설명하는 설명서 성격인 '생성형 AI도구에 대한 표준 적용' 문서를 2023년 9월 29일에 발표했다. 이 문서는 기존 편집기준이 생성형 AI도구에도 그대로 적용된다는 원칙을 확인하고, 특히, 생성형 AI에서 PBS의 편집기준인 정확성, 투명성, 포괄성이 중요함을 강조하는 내용을 담고 있다.

<표 3-13> 생성형AI 활용에 관한 미국 PBS의 편집표준 적용 안내

원칙	PBS 편집기준 중 적용조항	실행방안
정확성	<ul style="list-style-type: none"> - 엄격한 사실 확인 절차를 시행하고 주장된 각 사실의 출처와 그 출처가 신뢰할 수 있는 이유를 파악할 수 있어야 한다 - 허위정보 유포방지를 위한 모든 노력을 기울여야 한다. 	<ul style="list-style-type: none"> - 생성형 AI결과물의 정확성에 대한 최고수준의 주의 - 제3자가 제작한 콘텐츠에 대한 심사
투명성	<ul style="list-style-type: none"> - 작업 진행 방식에 대해 시청자에게 공개해야 한다 - 시청자가 콘텐츠의 신뢰성을 평가하고 신뢰할만한지 스스로 판단할 수 있도록 한다. 	<ul style="list-style-type: none"> - 라벨 및 기타 공개 정보를 제공 - 하단 자막, 프로그램 시작 부분 문구, 엔딩 크레딧, 온라인 보충 자료 등의 다양한 도구를 활용하여 상황에 따라 고지하려는 노력
포괄성	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 배경을 가진 사람들의 견해를 반영해야 한다 - 추가 정보에 대한 접근을 제공하는 신뢰할 수 있고 고품질의 관련 자료 링크와 같은 보충 자료가 필요하다 	<ul style="list-style-type: none"> - 편향 유발 가능성 인식 - 다양한 배경을 가진 사람들의 견해 반영 및 추가적인 정보 제공 등의 노력

출처: <https://www.pbs.org/standards/blogs/standards-memos/applying-standards-to-generative-ai-tools/>

정확성과 관련해서, PBS의 원칙은 생성 AI 도구의 결과물이 진실이라고 가정하지 말아

야 할 것을 주문한다. 제작자는 항상 모든 AI 결과물에 대해 사실 확인을 수행해야 하고 주장된 각 사실의 출처와 그 출처가 신뢰할 수 있는 이유를 파악할 수 있어야 한다고 규정한다. 또한 신기술 적용에 관한 규정에서 제작자가 제3자 콘텐츠를 심사하고 "허위 정보의 유포를 방지하기 위해 모든 노력을 기울일" 것을 요구한다. AI 도구의 결과물은 새로운 유형의 제3자 콘텐츠로 취급되어야 한다.

투명성과 관련해서 PBS의 원칙은 시청자에게 AI 사용 사실을 공개, 라벨·자막·크레딧·온라인 자료 등을 통해 명확히 표시할 것을 요구한다. 라벨 및 기타 공개 정보를 사용하여 시청자의 이해를 돕고, 재현 및 시뮬레이션을 명확하게 식별하는 것을 포함한다. PBS는 투명성을 실천하는 구체적인 방법은 상황에 따라 다를 수 있다고 본다. 투명성을 구현하기 위한 도구로는 하단 자막, 프로그램 시작 부분 문구, 엔딩 크레딧, 온라인 보충 자료 등이 포함될 수 있다. 궁극적으로 PBS는 시청자가 콘텐츠의 신뢰성을 평가하고 "신뢰할 만한지 스스로 판단할 수 있도록" 권한을 부여하려고 노력한다.

생성 AI 도구 사용을 고려할 때, 포괄성이라는 핵심 원칙을 우선시하고 도구가 결과물에 고정관념이나 편견을 심어줄 수 있는 방식에 대해 비판적으로 사고해야 한다고 권고한다. PBS는 포괄성을 핵심 원칙으로 제시하며, 콘텐츠는 "다양한 배경을 가진 사람들의 견해를 반영"해야 한다고 규정한다. 제작자는 카메라 뒤의 다양한 목소리를 활용하여 AI 결과물을 평가하는 데 도움을 받을 수 있다. 또한 생성 AI 도구 사용을 고려할 때, 프로세스에 대한 추가적인 맥락이나 배경 정보를 제공하는 온라인 관련 자료를 추가하는 것이 필요할 수 있다.

PBS의 규범은 새로운 AI 기술이 기존의 편집 표준의 기본 원칙들을 통해 충분히 다루어질 수 있다는 입장을 바탕으로 하고 있다. 정확도, 투명성, 포괄성의 세 원칙을 철저히 준수함으로써 제작자들은 AI 도구를 교육적 사명과 윤리적 기준에 부합하는 방식으로 활용할 수 있다.

4) 미국 NPR

NPR은 워싱턴 D.C.에 본부를 둔 미국의 공영방송 조직으로, 1,000개가 넘는 공영 라디오 방송국 네트워크에 콘텐츠를 배급하는 전국적인 신디케이터 역할을 수행한다. NPR 자체는 방송국을 소유하거나 운영하지는 않지만, 1,000여 개 회원 방송국들이 NPR 콘텐츠를

사용하기 때문에 NPR의 윤리기준은 최종적으로 지역방송국의 콘텐츠에 영향을 미친다. NPR은 회원 방송국들을 직접 통제하지 않으므로, 지역 방송국들이 자체 제작 콘텐츠에서 NPR의 AI 윤리 기준을 반드시 따라야 할 의무는 없지만, NPR은 미국 공영방송 분야에서 가장 영향력 있는 조직 중 하나이므로 NPR의 AI 윤리 가이드라인은 다른 공영방송 조직들에게 모범 사례가 된다.

NPR은 2003년도에 과거 수년간 편집자, 프로듀서, 감독들이 작성한 수백개의 메모에 담긴 윤리지침을 취합하여 뉴스 윤리 강령을 만들었다. 이 윤리 강령은 조직이 지향하는 높은 수준의 가치를 명시한 지침 원칙 선언문과 몇 가지 자체 목표를 가진 수반 핸드북으로 구성되며, 모든 NPR 기자들은 이 핸드북의 지침을 읽고 준수해야 한다. NPR의 윤리 핸드북은 정확성, 공정성, 완전성, 진실성, 독립성, 불편부당성, 투명성, 책임성, 우수성, 존중 등을 핵심 원칙으로 삼고 있다.

생성형 AI의 이용 증가에 대응하여, NPR은 이 윤리 핸드북에 특별세션으로 '생성형 인공지능(Generative Artificial Intelligence)'을 마련했다. 이 특별 세션은 NPR직원들이 신기술을 창의적으로 활용하는 현실을 반영하되 기존의 윤리 원칙을 준수할 수 있도록 신중한 사용에 필요한 원칙을 설명하는 데에 목적을 두고 있다.

이 특별 세션은 NPR 윤리 핸드북이 설정한 총 10개 원칙 중에서 5개에 해당하는 정확성, 완전성, 불편부당성, 투명성, 우수성에 대해 언급하고 있다.

정확성과 관련된 지침은 생성형 인공지능 사용여부와 상관없이, 최종 생산물에 대해서 생산자(기자, PD등)이 책임을 져야 한다는 원칙을 제시한다. 생성형AI는 인터넷에서 정보를 긁어와서 새로운 것처럼 보이는 콘텐츠를 생성하지만 실제로는 기존 자료를 재조합한 것일 가능성이 높은만큼 표절문제에 대한 책임을 AI를 사용한 사용자가 져야 한다는 의미이다. 또한, AI가 제공하는 정보가 정확한지, 신뢰할 만한 출처에서 나온 것인지 반드시 팩트체크를 하고 출처를 검증해야 한다.

완전성과 관련해서, NPR 윤리핸드북은 모든 관점을 포괄하는 보도를 위해서는 AI에만 의존해서 안된다고 지적한다. 언론인으로서의 책임을 다하기 위해서는 특정 사안을 다룰 때, 모든 관점과 측면을 바라볼 책임이 있다. AI를 사용하여 기사를 작성하더라도 새로운 시각이나 소외된 목소리를 반영하고 있는지를 인간사용자가 검토해야 한다.

불편부당성은 AI에 의한 편향성을 주의할 것을 요구한다. AI는 프로그래밍한 사람들의

편견뿐 아니라 혼란하는 데 사용된 자료의 편견을 공유하고 악화시킬 수 있다. 따라서, AI의 결과물에서 편향성을 찾아내고 수정해야 하며 저널리즘으로서의 책임을 다할 것을 요구한다.

투명성과 관련해서는 2개의 지침이 제시된다. 첫째는 “생성형 AI가 보도에서 중요한 역할을 했다면, 그 사실을 공개해라”라는 것이고, 둘째는 “우리는 우리의 작업을 보호해야 한다”라는 것이다. 첫 번째 지침은 AI 사용 여부를 투명하게 공개하라는 내용으로 일반적인 투명성 보고 원칙에 해당된다. NPR 윤리 핸드북은 저널리스트에게 AI가 도출한 결과를 최종 생산물에 포함할 때에는 편집자, 편집장, 또는 표준 및 관행 담당과 상의할 것을 권고한다. 두 번째 지침은 AI 사용과정에서 NPR의 저작물을 보호하기 위한 노력을 요구한다. 현행법상 AI가 제작한 자료는 저작권 보호를 받을 수 없는 만큼 AI를 사용하는 과정에서 NPR이 제작한 콘텐츠의 저작권 보호 노력이 요구되며, AI를 사용하여 콘텐츠를 제작하려는 경우 먼저 OGC(법무실)에 문의하여 NPR이 이러한 상황에서 어떻게 최선의 이익을 보호할 수 있는지 확인할 것을 권고한다. NPR 직원들이 회사의 지적재산권(메모, 기사 초안, 취재 아이디어 등)을 AI 시스템에 입력하면, 그 AI가 해당 데이터를 학습하여 자신의 지식 베이스에 추가할 수 있는 만큼, NPR의 고유한 콘텐츠와 아이디어가 AI시스템에 의해 무단으로 학습되거나 나중에 다른 용도로 사용될 가능성을 차단해야 한다는 의미가 내포되어 있다. 즉, NPR자체의 지적 재산권 보호에 초점을 둔 지침이다.

우수성은 저널리즘으로서 진실을 충실하고 강력하게 전달하되 시청자/독자와 깊이 연결되는 고품질 저널리즘을 구현하는 것을 의미한다. NPR의 윤리 핸드북은 "중요한 진실을 매력적인 내러티브와 결합할 때 저널리즘이 가장 가치 있다"고 규정하며, NPR의 직원들에게 단순한 기술적 완성도를 넘어서는 우수함의 책무를 유지할 것을 요구한다.

이러한 우수성에 대한 요구는 생성형 AI를 활용할 때에도 적용된다. 생성형 AI에 관한 특별 세션에서 우수성과 관련한 가이드라인은 “범용 생성형 인공지능(GAI)를 올바르게 사용하면 더 나은 저널리스트가 되는 데 도움이 될 수 있다”라고 제안하며, 생성형 AI의 활용에 대한 열린 태도를 요구한다.

다만, 생성형 AI는 현 시점에서 매우 초기단계의 새로운 기술이기 때문에, 생성형 AI를 사용하여 편집 작업을 수행할 경우에 표준 및 실무 담당 편집장의 사전 승인을 받아야 한다고 권고한다. 이러한 활용을 통해서 점차 생성형 AI의 사용 가능 여부와 사용 불가 여부

에 대해 더욱 자세히 알 수 있게 될 것이고, 추후에는 AI활용과 관련된 정책이나 지침이 변경될 수 있다고 언급하면서 조직의 열린 태도를 요구한다.

〈표 3-14〉 NPR의 생성형 AI 활용 가이드라인

원칙	가이드라인 내용	실행방안
정확성	GAI를 사용하든 사용하지 않든, 귀하가 생성한 콘텐츠에 대한 책임은 귀하에게 있습니다.	책임인식과 인적 검증
완전성	GAI가 스토리의 모든 측면을 포함할 것이라고 기대하지 마세요.	과도한 의존 금지
불편부당성	GAI는 자신의 편견을 확인할 수 없습니다. 그건 여러분의 역할입니다.	편향성에 대한 경계와 주의
투명성	GAI가 보도에서 중요한 역할을 했다면 그 사실을 청중과 공유해야 합니다.	GAI 사용에 대한 공개 공개필요성에 대한 판단은 편집자, 편집장, 담당자와 상의
	우리는 우리 자신의 작업을 보호해야 합니다.	NPR의 사전 동의 없이 NPR의 지적 재산을 GAI 시스템에 입력 금지
우수성	GAI를 올바르게 사용하면 우리가 더 나은 저널리스트가 되는 데 도움이 될 수 있습니다.	표준 및 실무 담당 편집장의 사전 승인

5) 대만 공영방송재단

2022년 5월 28일에 대만 공공TV 문화사업기금회(財團法人公共電視文化事業基金會, PTS)가 직원에게 보낸 AI사용지침인 ‘공영방송재단 AI 활용 가이드라인(財團法人公共電視文化事業基金會AI使用準則(1.0版))¹⁶⁾은 5가지 기본 사용원칙과 15가지 운영지침을 제시한다. 이 준칙은 AI 기술의 급속한 발전과 미디어 분야에서의 광범위한 적용에 발맞춰, AI 오용이 공공 이익, 정보의 정확성, 그리고 민주주의 운영의 질에 미칠 수 있는 부정적인

16) 원문출처: <https://about.pts.org.tw/pr/latestnews/article/attachment/2023/1693794462s.pdf>

영향을 방지하기 위해 마련되었으며, PTS 직원들이 AI 기술과 도구를 책임감 있고 (responsible) 신뢰할 수 있는(trustworthy) 방식으로 개발하고 사용하도록 돕는 것을 목적으로 한다. 5가지 기본 원칙은 인간의 자율성에 대한 존중, 피해 방지, 공정성과 공공선, 투명성 및 책임, 공공가치 구현이다.

〈표 3-15〉 대만 공영방송재단의 AI활용 가이드라인

원칙	주요 내용	지침 조항
인간 중심 (以人為本)	AI 기술과 상호작용할 때 충분한 자율성을 확보하고, 전체 작업 흐름에서 인간의 의사결정 및 감독 지위를 유지하도록 보장해야 합니다.	1항(사전검증), 13항(관리자 책임), 14항(도구 승인 관리)
피해 방지 (避免造成傷害)	AI 사용이 사람과 환경에 불리한 영향을 미치지 않도록 안전하고 신뢰할 수 있어야 하며, 악의적인 사용을 방지하고 취약 계층에 대한 더 많은 관심을 기울여야 합니다.	5항(데이터 완전성), 8항(데이터 보호), 10항(기밀 콘텐츠 보호), 12항(계정 보안), 15항(시스템 안정성)
공정성 및 공공선 (公正與共好)	AI 사용의 이익이 공정하게 분배되도록 실질적으로 보장하고, 개인 및 집단이 편견, 차별, 낙인찍기로부터 벗어나도록 해야 하며, AI 결정에 대한 이의 제기 및 효과적인 구제 절차를 마련해야 합니다.	4항(다중 정보원), 6항(초상권 보호), 7항(저명인 보호)
투명성 및 책임 (透明與問責)	AI 작업 프로세스를 가능한 한 투명하게 하고, AI 시스템과 그 결과에 대한 책임 메커니즘을 구축해야 합니다. 영향을 받는 사람들에게 합리적인 설명을 제공하고 충분하고 편리한 구제 조치를 보장해야 합니다.	2항(공개 의무), 3항(도구 사용 보고), 13항(관리자 보고)
공공 가치 구현 (體現公共價值)	AI 사용 과정과 결과는 공공 미디어가 추구하는 정확성, 다양성, 품질, 혁신 등의 공공 서비스 가치를 구현하고, 기본 인권과 존엄성을 존중하여 신뢰도를 구축해야 합니다.	4항(정확성 보장), 9항(법적 준수), 15항(시스템 신뢰성)

인간중심 원칙은 AI 기술과의 상호작용에서 인간이 완전하고 의미 있는 자율적 공간을 유지할 수 있어야 한다는 개념이다. 이는 인간과 AI 간의 기능 배분이 인간 중심 설계 원칙을 따라야 하며, 전체 업무 흐름에서 인간이 의사결정과 감시의 역할을 유지하도록 보장하는 것을 의미한다. 즉, AI는 보조 도구일 뿐 인간의 판단을 대체할 수 없으며, 최종 책임은 인간에게 있다는 원칙을 강조한다.

피해방지 원칙은 AI 사용이 사람이나 환경에 부정적 영향을 미쳐서는 안 된다는 개념이다. AI 활용이 안전하고 신뢰할 수 있어야 하며, 운영이 견고하고 안정적이어야 하고, 악의적 목적의 애플리케이션이 아니어야 한다. 나아가 소수 집단이 AI 개발 및 사용 과정에 적극적으로 참여하고 더 많은 주의를 받도록 보장해야 한다는 포괄적 접근을 포함한다.

공정성 및 공공선 원칙은 AI의 적용이 이익의 공정한 배분을 보장해야 하며, 개인과 집단을 편견, 차별, 낙인으로부터 보호하고 공공선의 사회를 촉진해야 한다는 개념이다. 동시에 AI 시스템과 그 운영자의 결정에 대해 의문을 제기할 수 있는 절차와 이러한 결정에 대해 효과적인 구제를 추구할 수 있는 방법이 있어야 한다는 것을 포함한다. 이는 AI 시스템의 결정으로 피해를 받은 경우 적절한 이의 제기와 구제 수단이 존재해야 함을 의미한다.

투명성 및 책임 원칙은 AI 업무 흐름이 가능한 한 투명하게 공개되어야 하며, AI 시스템과 그 결과에 대한 책임성을 보장하기 위한 메커니즘이 있어야 한다는 개념이다. AI 기술의 적용으로 직간접적 영향을 받는 사람들에게 AI에서 파생된 결과와 결정이 최대한 해석 가능한 방식으로 설명되어야 한다. 아울러 구제 조치는 적절하고 쉽게 접근 가능한 형태로 제공되어야 한다.

공공가치 구현 원칙은 AI 사용의 과정과 결과가 정확성, 다양성, 품질, 혁신이라는 공영 미디어의 핵심 가치를 반영해야 한다는 개념이다. 동시에 기본 인권과 존엄성을 존중하고 신뢰성을 보장하는 방식으로 AI를 활용해야 한다. 이는 공영 방송사의 사회적 책임을 AI 기술 활용에도 적용하겠다는 명시적 의지를 나타낸다.

이러한 5가지 기본 원칙을 바탕으로 대만 공영방송재단은 15개의 구체적 운영 가이드라인을 제시하였다. 첫 번째 지침인 AI 보조 콘텐츠의 사전 검증 의무는 AI의 도움을 받아 생성되거나 제작된 뉴스 보도 및 프로그램 콘텐츠는 검토나 확인 절차 없이 방송하지 말아야 한다는 것이다. 이는 AI가 생성한 모든 콘텐츠가 사람의 검증 단계를 거쳐야 함을 명시하며, 인간중심 원칙을 실행하는 구체적 조치이다.

두 번째 지침인 AI 보조 콘텐츠의 공개 의무는 AI 보조로 제작된 뉴스 보도 및 프로그램 콘텐츠를 방송할 때 시청자에게 적절한 공개 또는 설명을 제공해야 한다는 것이다. 이는 투명성 및 책임 원칙을 구현하는 것으로, 시청자가 콘텐츠 제작 과정을 인식하고 자신의 판단을 형성할 수 있도록 정보를 제공한다.

세 번째 지침인 안면·음성 인식 도구 사용 규정은 뉴스 보도에서 안면 인식이나 음성 인

식 같은 AI 도구를 사용할 경우, 공영방송재단의 프로그램 제작 가이드라인에 규정된 보고 및 협의 절차를 준수하고 관련 관리부서의 승인을 받아야 한다는 것이다. 이는 개인 식별 기술의 신중한 사용을 강조하는 조치이다.

네 번째 지침인 정확성 보장 및 다중 정보원 활용은 프로그램 제작 및 뉴스 보도는 사실의 정확성을 보장하고 편견을 회피해야 하며, 여러 정보 출처를 채택해야 한다는 것이다. 특히 AI 생성 메시지만 전적으로 의존하지 말아야 한다. 이는 공공가치 구현과 공정성 및 공공선 원칙을 적용한 것으로, 전통적 저널리즘의 원칙을 AI 시대에도 유지하도록 요구한다.

다섯 번째 지침인 데이터 완전성 주의는 AI 도구 사용 시 데이터베이스의 완전성에 주의하여 결함 있는 데이터 출처로 인한 인지적 편견이나 기존 편견의 영속화를 방지해야 한다는 것이다. 이는 피해방지 원칙을 구현하는 것으로, AI 도구의 학습 데이터가 가진 편견이 방송 콘텐츠에 전파되지 않도록 하는 조치이다.

여섯 번째 지침인 초상권 및 저작권 보호는 AI를 사용하여 이미지를 생성할 때 타인의 초상권 침해에 주의해야 한다는 것이다. 뉴스 보도 및 프로그램 콘텐츠용 AI 생성 텍스트나 이미지는 전체 공개와 프로그램 제작 가이드라인에 규정된 보고 및 협의 절차를 거쳐 관련 관리부서의 승인을 받지 않고는 사용할 수 없다. 이는 공정성 및 공공선 원칙으로 개인의 인격권을 보호하는 조치이다.

일곱 번째 지침인 저명인 음성·초상 생성 금지는 특별한 상황과 창작자의 동의 하에 있고 프로그램 제작 가이드라인에 규정된 보고 및 협의 절차를 따르며 관련 관리부서의 승인을 받지 않는 한, AI를 사용하여 뉴스 기자, 앵커, 진행자, 연예인의 음성이나 초상을 재현하지 말아야 한다는 것이다. 이는 deepfake 기술의 악용을 방지하고 개인의 인격권을 보호하기 위한 조치로, 공정성 및 공공선 원칙을 강화하는 운영 지침이다.

여덟 번째 지침인 개인정보 보호 및 데이터 거버넌스는 AI 사용 시 개인정보 보호와 데이터 보호를 최우선으로 해야 한다는 것이다. 적절한 데이터 거버넌스 메커니즘을 구축하고 유지하여 데이터의 질과 완전성을 고려하고, 데이터 사용의 적법성을 보장해야 한다. 이는 피해방지 원칙과 공공가치 구현을 위한 기술적 조치이다.

아홉 번째 지침인 법적 규정 준수는 AI 사용이 데이터 보호법, 개인정보보호법, 저작권법, 윤리 규정 및 기타 모든 법적 규정을 준수해야 한다는 것이다. 이는 공공가치 구현 원칙으로, AI 도구 사용이 기존의 법적 체계 내에서 이루어져야 함을 명시한다.

열 번째 지침인 기밀·미발표 콘텐츠 입력 금지는 공영방송재단의 모든 직원이 어떤 이유로든 기밀 또는 미발표 콘텐츠를 생성형 AI 도구에 입력하지 말아야 한다는 것이다. 이는 조직 정보 보안과 저작권을 보호하기 위한 조치로, 피해방지 원칙을 구현한다.

열한 번째 지침인 기관 정보 미사용은 공영방송재단의 전자 이메일 주소, 자격증, 또는 전화번호를 AI 관련 앱/플랫폼 계정 생성에 사용하지 말아야 한다는 것이다. 이는 기관 정보 노출을 방지하고 조직 보안을 강화하기 위한 조치이다.

열두 번째 지침인 계정 보안 강화는 공영방송재단의 모든 직원이 계정 로그인 보안을 보장하여 AI 관련 계정이 해킹되지 않도록 해야 한다는 것이다. AI 관련 모든 제3자 도구 및 기술이 다중 인증을 갖춰 해킹을 방지해야 한다. 이는 피해방지 원칙을 기술 수준에서 구현하는 조치이다.

열세 번째 지침인 상위 관리자의 감독 책임은 공영방송재단의 상위 관리자가 팀이 AI 사용 가이드라인을 이해하고 준수하도록 보장할 책임을 지며, 필요한 경우 공영방송재단 정보부서에 보고해야 한다는 것이다. 이는 투명성 및 책임 원칙을 조직 차원에서 구현하는 조치이다.

열네 번째 지침인 정보부서의 승인 및 관리는 공영방송재단 정보부서가 AI 도구(시스템) 목록의 협의, 승인, 기록을 담당하며, 권한 있는 도구와 적용 또는 기술 역량에 필요한 교육을 보장해야 한다는 것이다. 이는 조직 차원의 AI 도구 관리를 통해 인간중심 원칙을 구현하는 조치이다.

열다섯 번째 지침인 AI 시스템의 안정성 및 보안은 AI 시스템은 복원력 있고 안전해야 하며, 문제 발생 시 백업 계획이 있어야 하고, 우발적 해악을 최소화하고 방지하기 위해 정확성, 신뢰성, 반복 가능성을 보장해야 한다는 것이다. 이는 피해방지와 공공가치 구현을 기술적으로 담보하기 위한 조치이다.

6) 일본 NHK

일본의 공영방송 NHK는 AI 기술 도입과 관련하여 내부적인 기술 개발 및 활용을 위한 다양한 시도를 진행하고 있으나, AI 사용에 대한 규제 및 윤리적 책무는 기존 방송 규범을 확장하여 적용하는 방향을 취하고 있다. 별도의 포괄적인 AI 윤리 규범을 공표하기보다는,

기존 「방송 가이드라인」의 책임 원칙을 AI 시대에도 유지한다는 입장이다.

NHK는 「2025년도 방송가이드라인(放送ガイドライン)」를 개정하며, 생성형 AI가 야기하는 시각적 오인 가능성에 대한 내용을 추가했다. '재현/CG'항목에 '생성형 AI에 의한 영상·이미지'라는 섹션을 추가하고, "취재처 등이 생성형 AI에서 생성한 영상이나 화상을 방송할 때에는 저작권 등 지재권 침해가 되지 않았는지 주의한다. 또한, '생성형 AI로 작성', '가짜 영상' 등을 표시하는 등, 실제의 영상으로 시청자가 오인하지 않게 한다(p.24)."라는 지침을 추가했다. 이는 생성형 AI가 만들어낸 영상 콘텐츠에 대해 투명성과 책임 소재를 명확히 하고, 시청자의 오인을 방지하는 데 중점을 둔 조치이다. 다만, 표시방식이나 위치, 크기, 표출 시간 등에 대해서는 별도의 구체적인 지침이 없으며, AI의 사용과 관련한 내부의 컴플라이언스 체계 등에 대한 내용도 부재하다.

7) 캐나다 CBC

캐나다 CBC는 '인공지능에 대한 우리의 접근 방식(Our Approach to Artificial Intelligence)'이라는 문서를 통해, 인공지능(AI) 도구 활용 방식에 대한 CBC의 비전과 원칙을 공개했다. 이 문서에서 CBC는 AI기술의 활용에 있어서도 기존 CBC/Radio-Canada의 저널리즘 표준 및 관행을 뉴스 조직 전반에 걸쳐 엄격하게 적용할 것임을 천명하고, 책임감 있는 인간 감독, 투명성, 윤리, 저작권 존중, 보안 및 개인정보보호, 최적화된 경험 제공, 협력 등의 7가지 원칙을 선언했다.

<표 3-16> 캐나다 CBC의 인공지능에 대한 우리의 접근 방식

원칙	주요 내용
책임감있는 인간 감독	- 인간의 감독이나 검증, 승인의 의무화
투명성	- AI사용방식에 대한 개방적이고 투명한 공개 - AI기술을 활용하는 새로운 기능을 개발할 때 AI사용 공개 * 프로그램 자료 화면에 대한 라벨링 의무는 아님
윤리	- 윤리적 관점에서 콘텐츠 및 알고리즘 검증 - 편향위험 줄이기 위한 다양성 확보 노력
저작권 및 저작자 권리 존중	- 창작자 존중과 공정한 보상

보안 및 개인정보보호	- 데이터 무결성과 보안 추구 - 데이터 처리 및 사용방식에 대한 투명한 공개
최적화된 경험	- 콘텐츠 접근성 확대를 위한 노력
협력	- 뉴스 이니셔티브(TNI), 콘텐츠 출처 및 진위성 연합(C2PA), AI 파트너십, IVADO와 같은 국제 기구와의 협력

8) 한국 KBS

KBS는 방송분야에서는 국내 최초로 'KBS AI 가이드라인'을 제정하여 발표했다. KBS의 AI 가이드라인은 인간중심 AI원칙, 공정성, 출처표시·활용기록 보존, 뉴스·보도에 AI사용 주의, 정보보호, 저작권·인격권 보호 등 8개 조항으로 구성되어 있다.

인간중심 원칙에 따라, KBS는 AI를 보조 도구로 명확하게 위치시키고, 설계·개발·운영·결과물 생성의 전 과정에 걸쳐 지속적이고 다층적인 인간 감독과 최종 승인을 요구한다. 이는 AI의 자동화에 대한 우려를 고려한 것으로, 인간의 책임성과 판단력이 중심이 되어야 함을 명시한다.

두 번째 원칙은 공영방송으로서의 공정성을 강조하는데, KBS는 공영방송의 사회적 책임을 AI 활용에도 명시적으로 적용한다. 편향성 방지, 다양한 사회 가치의 고른 반영, 정치적·종교적 균형 유지, 사회적 약자 보호 등을 강조하며, 특히 뉴스 및 시사 콘텐츠에 대해 공정성과 정확성을 특별히 요구한다.

세 번째, 책무성과 투명한 오류 관리를 위해 AI 활용으로 인한 오류 발생 시 즉각 수정·폐기하고 이용자에게 이를 알리며 원인 분석 및 재발 방지에 노력하도록 규정한다. 또한 상시 모니터링과 신속한 조치를 요구함으로써 실시간 책임 관리를 강조한다.

네 번째, 엄격한 사실 검증 원칙은 특히 뉴스 및 시사 콘텐츠에 대해 생성형 AI의 결과물을 검증 없이 그대로 사용하지 않도록 하는 원칙을 제시하면서도, 사실을 왜곡하지 않는 범위 내에서 보조적 도구로의 활용은 허용한다고 명시한다.

다섯 번째, 투명성의 다층적 구현으로, AI 활용 사실을 시청자가 명확히 인지할 수 있도록 적절한 방법으로 알리고, 필요시 출처까지 표시하며, 활용 기록까지 보존하도록 함으로써 투명성을 다층적으로 구현한다.

여섯 번째, 개인정보 보호와 기술적 조치의 강조로 개인정보 입력 시 동의 취득, 동의

범위 준수, 유출 및 무단 학습 데이터 활용 방지를 위한 기술적·관리적 조치를 명시함으로써 정보보호의 중요성을 강조한다.

일곱 번째, 초상·음성 활용 원칙과 여덟 번째, 저작권 보호 원칙은 개인의 초상이나 음성을 인공지능에 활용할 때 법규 준수와 명예·인격권 훼손 주의를 강조하며, KBS가 보유한 콘텐츠의 무단 학습 데이터 활용을 방지하기 위해 워터마크, 저작권 방어기술 등의 적극적 조치를 요구한다.

3. 방송·미디어 분야 AI활용규범 추진동향의 한계와 과제 발굴

가. AI시대의 윤리원칙과 실천

AI기술 활용이 늘어나면서 주요국의 공영방송들은 뉴스 취재와 방송프로그램 제작에서 법률적 위험을 회피하고 AI기술의 순기능적 사용을 허용하기 위해, 내부지침이나 설명서 성격을 갖는 인공지능 활용 가이드라인을 발표해왔다. 이들 공영방송사의 가이드라인은 공통적으로 AI 기술에 대한 포괄적인 새로운 규제 체계를 구축하기보다는, 기존의 편집 정책·방송 가이드라인에 필요한 조항을 추가하거나 AI 기술 사용 시 편집 규정을 적용하는 방법론을 제시하는 안내서 성격을 띠고 있다. 이는 AI 기술 그 자체를 금지 또는 배제의 대상이 아닌 기존 기준을 준수하면서 관리할 수 있는 기술적 도구로 인식하고 있음을 보여준다.

기존 규정의 적용 강조를 실질적으로 담보하기 위해 일부 방송사들은 내부 컴플라이언스 체계를 통해 자율규제를 제도화하는 내용을 가이드라인에 담고 있다. 대표적으로, 영국 BBC와 대만 PTS는 사용되는 모든 AI도구는 사용 전에 담당부서로부터 승인을 취득하도록 하고 있다. 여기에 더하여, BBC는 AI의 잠재적 위험에 대한 판단이 어려울 때에는 'AI 위험 자문 그룹(AIRA)'의 자문을 듣는 절차를 마련했다. 호주 ABC는 모든 AI생성물에 대해서 ABC의 관리와 승인을 위한 부서별 계층적 보고 절차를 마련했으며, 미국 NPR도 표준 및 실무담당 편집장의 승인을 취득하도록 하고 있다. 이는 단순히 선언적으로 AI기술의 잠재적 위험에 대한 주의 의무를 넘어서 조직 전체의 책임감 있는 대응을 위한 인적 개입과 판단 절차를 마련했다는 점에서, 기술의 잠재적 위험을 예방적으로 관리하는 메커니즘이라고 할 수 있다.

이러한 접근 방식은 현재 대부분의 국가에서 AI 관련 방송 규제가 법적으로 미정된 상황에서, AI사용에 관한 의사결정과 책임체계 등 내부컴플라이언스 체계를 구축함으로써 자율규제와 절차적 통제를 위한 현실적 전략을 마련했다는 점에서 의미가 있다. "기존 규정 + 절차적 통제"라는 이중 구조는 규제의 공백을 메우는 동시에, 규제 입법 이전에 업계 표준을 선제적으로 제시하는 효과를 갖는다. 이는 곧 공영방송들이 법적 강제를 기다리지 않고 자율규제를 통해 사회적 신뢰를 확보하는 전략이자, 향후 국가 차원의 입법 과정에서 참고할 수 있는 산업적 모범 사례라고 할 수 있다.

AI 윤리 원칙의 효과적인 이행을 위해서는 이러한 절차적 통제 메커니즘이 실제 방송 제작 현장에서 작동할 수 있어야 하나, 국내 KBS를 비롯해 일부 공영방송사의 내부 가이드라인에는 여전히 절차적 통제의 구체화 측면에서 미흡함이 나타난다. KBS의 AI 가이드라인은 "해당 책임자의 최종 확인"과 "오류 발생 시 즉각 수정 및 이용자 알림"을 규정하고 있으나, 계층적 보고 구조라던가 조직 내 AI도구 채택에 대한 승인 체계 같은 내부 컴플라이언스 체계가 명시되어 있지 않다. 결국 KBS의 현행 규정은 사전 단계에서 편집자의 인적 검증만을 요구할 뿐, 누가 최종 책임자인지, 그들이 어떤 기준으로 판단해야 하는지, 의사결정 과정이 어떻게 기록·추적되는지에 대한 절차적 명확성이 부족하다. AI 기술의 복잡성이 증가할수록, 편집자 개인의 역량과 판단에만 의존하는 방식은 한계가 있다. 인적 검증만으로는 모든 위험을 포괄적으로 관리하기 어려울 뿐만 아니라, 조직이 감수해야 하는 법적 책임을 편집자 개인에게 전가할 우려도 있다. 따라서 단순한 인적 검증 절차는 단순한 선언을 넘어, 의사결정 책임의 명확화, 사후 추적 및 절차적 제도화 등을 통해 AI 윤리가 실제 제작 과정에서 담보될 수 있는 내부 컴플라이언스 체계의 구축이 필요하다.

이제까지 살펴본 각 방송사의 가이드라인은 자신들이 속한 문화권, 법적 환경, 조직의 특성을 반영하면서도, 글로벌 수준에서 AI 규제에 대한 기본적인 합의를 형성하고 있다. 주요국 공영방송들이 발표한 AI 가이드라인은 공통적으로 인간 중심, 정확성, 투명성, 공정성, 권리 보호(개인정보, 인격권, 저작권 등), 공적 가치 구현(공영방송으로서의 특수성) 등 6가지 원칙을 공유한다.

첫째, 인간중심 원칙은 모든 방송사가 공통적으로 강조하는 원칙이다. AI는 인간의 판단을 대체할 수 없으며, 설계·개발·운영·결과물 생성의 전 과정에 걸쳐 인간의 감독과 최종 승인이 필요하다는 데에는 AI에 대한 포괄적인 윤리규범과 방송 특화 윤리규범 모두에서

발견되는 사항이다. 예를 들어, 호주 ABC는 "지속적이고 다층적인 인간 감독과 최종 승인", 캐나다 CBC는 "절대 게시되지 않는다"는 극도로 강한 표현으로 강조한다. 이는 AI가 보조 도구일 뿐 의사결정의 주체가 될 수 없다는 명확한 입장을 반영한다.

둘째, 정확성은 AI 도입 이전에도 방송사의 편집정책에서 중요한 핵심 원칙을 차지해왔다. 생성형AI의 결과물에 대해서도, 정확성과 사실검증에 대한 주의 의무는 여전히 중요한 편집기준이며, 방송사의 구성원은 생성형 AI가 부정확하거나 오해의 소지가 있거나 잘못 귀속된 결과를 생성할 수 있다는 점을 인지하고, 뉴스 및 정보 콘텐츠에서 AI의 결과물을 검증 없이 사용하지 않도록 요구된다. 모든 방송사가 AI 도구를 신뢰할 수 있는 정보의 원천으로 삼지 말고, 반드시 팩트체크와 다중 정보원 검증을 거쳐야 한다는 점을 강조한다.

셋째, 투명성 원칙은 AI기술이 가진 특수성으로 인해 부각되는 원칙이다. AI 생성물이 존재하지 않는 현실을 사실적으로 구성할 수 있는 잠재력이 있는 만큼, AI 생성물의 잠재적 위험성에 대해서 시청자들이 명확하게 인지할 수 있도록 투명성을 확보하는 것이 중요하다. 이에, 방송사들의 가이드라인은 공통적으로 시청자에게 AI 사용 사실을 공개해야 한다는 원칙을 가지고 있다. 다만, AI가 만들어내는 사실적 표현들은 방송제작에서 창의성 확대와 시청자들의 이해 제고에 기여하는 바가 있는 만큼, 공개의 방식이나 형식, 그리고 방송프로그램 장르나 영상물의 맥락에 따라서 자율적 판단의 가능성을 허용하고 있다.

반면, 뉴스·보도에 있어서 투명성은 단순한 고지 이상의 의무가 부과된다. 방송분야에서 뉴스(저널리즘)는 시청자들에게 사실을 전달하고 객관성을 유지해야하는 책무가 있는만큼, 저널리즘의 증거자료에 대해서는 AI사용을 금지하거나 엄격하게 제한한다. 예를 들어, BBC는 "콘텐츠 형식 + 인간의 역할 + AI의 역할 + 자세한 정보 링크"라는 공개 공식을 제시할 정도로 투명성 원칙을 구체적인 행위 지침으로 제시하고 있다. 전체적으로, 투명성 원칙은 '공개' 그 자체에 대한 의미보다, 시청자가 콘텐츠의 신뢰성을 판단할 수 있도록 정보 접근성을 보장하려는 의도로 제안되고 있다고 볼 수 있다.

네 번째, 공정성과 편향성 방지는 모든 방송사의 공통 원칙이다. 방송사들은 AI 데이터의 편향이 방송 콘텐츠에 전파되지 않도록 하고, 다양한 목소리와 관점을 반영해야 한다는 입장을 공유한다. 일례로, 캐나다 CBC와 대만 PTS는 학습 데이터가 다양한 목소리와 의견을 반영하도록 적극적인 조치를 취하겠다고 명시하고 있다.

다섯째, 권리 보호 원칙이 강조되고 있다. 이는 개인정보 보호, 초상권·음성권 보호, 저

작권 보호를 포괄한다. 모든 방송사가 개인정보 관련 법령 준수를 명시하고 있으며, 대만 PTS와 한국 KBS는 딥페이크 기술의 악용을 방지하기 위해 초상·음성 생성에 대한 엄격한 규정을 제시했다. 저작권 보호의 경우, 타인의 저작권 침해 방지는 물론, 자신의 콘텐츠가 타인의 AI 학습 데이터로 무단 활용되는 것을 방지하기 위해 워터마크나 저작권 방어기술 도입을 권고하고 있다. 특히 NPR과 캐나다 CBC는 저작자에 대한 공정한 보상을 명시적으로 강조하는 유일한 방송사들이다. 미국 NPR은 조직의 지적재산권(메모, 기사 초안, 취재 아이디어)이 AI 시스템의 학습 데이터로 무단 활용되는 것을 방지하기 위해 법무실(OGC) 상담을 권고한다.

여섯째, 공영방송으로서의 사회적 책임과 공적 가치 수호가 원칙으로 설정되고 있다. 이는 공영방송의 기본적인 사명인 정보 제공, 교육, 오락의 질 유지와 직결된 원칙이다. 공영방송으로서의 공적가치 수호는 국내 방송사인 KBS의 가이드라인에서 더욱 두드러지게 나타난다. KBS는 다양성, 약자 보호, 정치·종교적 균형을 명시적으로 강조했고, 대만 PTS는 공정성과 공공선을 기본 원칙으로 설정했으며, 캐나다 CBC는 "신뢰도, 정보 제공, 계몽, 오락이라는 우리의 사명"을 명확히 제시하는 등 약간의 차이가 있으나, 공통적으로 공영방송의 존재 이유인 공공의 이익 추구를 AI 시대에도 지속하겠다는 의지를 보여준다.

나. AI사용 고지 및 라벨링 방식

주요 국제 공영방송들은 AI 기술을 활용한 콘텐츠에 대해 시청자에게 투명하게 알릴 의무를 강조하고 있으나, 동시에 AI기술이 콘텐츠의 창의성과 시청자의 미디어 경험을 풍부하게 할 수 있다는 사실도 인정하고 있다. 따라서, 일반적인 방송 프로그램에서 반드시 AI 사용 여부를 의무적으로 표시하도록 강제하기 보다는, 방송사의 판단과 책임에 근거한 상황적이고 맥락적인 접근법을 취하고 있다.

대표적으로, 호주 ABC는 AI가 생성한 콘텐츠가 "핵심적인 요소"로 활용된 경우에만 표시하도록 규정했으며, 미국 NPR은 AI가 보도에서 "중요한 역할"을 했을 때만 공개하도록 함으로써 과도한 의무화를 피하고 있다. 영국 BBC도 시청자를 심각하게 오도할 위험이 있거나 자동화 정도가 높은 경우에는 '직접 공개'가 필요하나, 문맥상 AI사용이 명확한 경우에는 생략이 가능하다고 설명한다. KBS도 AI가 생성한 콘텐츠가 "핵심적인 요소"인 경우

에만 표시하도록 규정하고 있다. 이러한 방식들은 모두 창의적 영역에서는 AI 사용 표시가 시청자 경험을 지나치게 방해할 수 있다는 실용적 판단에 기초한 것이다.

반면, 뉴스·보도 영역에서 투명성 원칙은 단순한 고지 이상의 의무가 부과된다. 저널리즘은 시청자들에게 사실을 전달하고 객관성을 유지해야 하는 책무가 있기 때문에, 저널리즘의 증거 자료에 대해서는 AI 사용을 금지하거나 엄격하게 제한한다. 호주 ABC는 증거 자료에 대한 AI 변경을 절대적으로 금지하고 있으며, 뉴스 콘텐츠에서 AI 생성 이미지의 중심 주제 변경을 금지하고 있다. 이러한 규정은 뉴스 영상, 음성, 문서 등 저널리즘의 기초가 되는 자료의 신뢰성을 절대적으로 보호하려는 의도를 반영한다. 특히 AI 생성 콘텐츠가 사실적으로 보임에도 불구하고 존재하지 않는 현실을 구성할 수 있다는 특수성을 고려할 때, 저널리즘 영역에서의 엄격한 제한은 불가피하다.

광고 및 기타 상업적 콘텐츠와 같이 시청자를 오도하거나 오인시킬 수 있을 경우에는 더욱 주의가 필요하다. 위에서 검토한 방송사들의 가이드라인이 프로그램의 장르나 광고 영상물에 더 엄격한 기준을 명시하지는 않았으나, 위험도에 따른 차등적 공개의무의 필요성은 언급되었다. 대표적으로, 영국 BBC가 "대중을 심각하게 오도할 위험"이 있는 경우와 "사람의 직접적인 감독이나 검토 없이 결과물을 자동화하는 경우"에 직접 공개(direct disclosure)가 요구된다고 명시한 것은 이러한 위험도에 따른 차등적 공개 원칙과 그 맥을 같이 한다. 이는 AI영상물에 대한 판단에 있어 시청자의 합리적인 의사결정을 보호하기 위한 장치이다.

표시방식에 있어서 구체적 기준을 적용하기보다는 자율성과 유연성을 허용하는 것이 일반적으로 나타났다. 호주 ABC의 경우, AI 사용여부를 "적절한 방법"으로 표시하도록 하고 있으며, 캐나다 CBC도 "개방적이고 투명하게 공개한다"는 원칙을 제시하면서도, 구체적인 라벨링 형식이나 표시 크기, 위치, 시간 등에 대한 상세한 기준을 제시하지 않았다. 일반적으로, 표시방식의 구체적인 기준(크기, 위치, 시간 등)을 제시하기 보다는, 제작자와 편집자의 자율적 판단을 허용하고 있었다.

이러한 접근은 과도한 의무화가 미디어 경험을 해칠 수 있다는 실용적 판단에 기초한 것이다. 예를 들어, 다큐멘터리에서 역사적 장면을 재구성하기 위해 AI 생성 이미지를 사용하는 경우, 이를 매 장면마다 표시하면 시청자의 집중도를 심각하게 방해할 수 있다.

반면, 저널리즘 영역과 시청자 오인 위험이 있는 영역에서는 표시 방식에 대한 구체적이

고 공통적인 기준을 만들려는 노력이 확인되었다. 영국 BBC의 접근이 이 부분에서 가장 구체적인데, BBC는 "콘텐츠 형식 + 인간의 역할(감독 포함) + AI의 역할 + 자세한 정보에 대한 링크"라는 공개 공식을 통해 일관된 표준을 제시했다. 다만, 'AI생성' 표시를 배치하는 위치나, 노출하는 시간 등에 대해서까지 구체적인 기준을 제시하는 가이드라인은 확인되지 않았다.

다. 향후 과제

현재 Public Media Alliance, EBU 등 방송사업자 연합회를 중심으로 인공지능 시대 방송 신뢰도 확보를 위한 자율규범 마련 노력이 진행되고 있다. Public Media Alliance는 "공공 서비스 미디어와 생성 AI" 프로젝트를 통해 전 세계 공공 서비스 미디어가 채택한 최신 정책, 지침, 전략 및 AI 관련 학술 연구를 담은 실시간 리소스를 공유하고 있다. EBU는 생성형 AI시대 방송저널리즘의 가치와 방송의 책무에 대한 교육과 안내를 제공하고 있다. 이러한 노력은 사업자들의 자발적인 AI 규범 수립과 참여를 촉진하고, 신뢰할 수 있는 AI 활용을 위한 표준 규범 마련을 위한 다자간 협력을 이끌어내는 역할을 수행하고 있다.

또한, AI 관련 포괄적 규범에서 명시된 인적 검증, 투명성, 공정성과 편향성 방지, 데이터 보호와 인격권 보호, 책임성 등의 핵심 원칙들이 방송분야 AI 규범에서도 보편적으로 적용되는 데에 기여하고 있다. BBC, ABC, PBS 등 주요 공영방송사들의 가이드라인에서 이러한 원칙들이 일관되게 강조되고 있으며, 특히 AI가 생성하거나 합성한 콘텐츠에 대해서도 방송사의 편집 책임이 유지되어야 한다는 점이 명확히 제시되고 있다.

더불어, 오랜 기간 방송분야에서 확립된 방송 저널리즘의 가치가 AI 시대에도 지속되어야 한다는 공감대가 형성되어 있다. 정확성, 공정성, 편집 독립성과 같은 전통적 저널리즘 원칙이 AI 기술 도입에도 불구하고 여전히 핵심 가치로 인정받고 있으며, 편집원칙과 방송표준에 AI 기술 활용을 포괄해야 한다는 움직임이 나타나고 있다. EBU의 원칙에서도 강조하듯이, 생성형 AI는 저널리즘을 지원하는 도구로서 활용되어야 하며 저널리즘의 핵심 가치를 대체할 수 없다는 인식이 확산되고 있다.

특히, AI 사용 여부 공개와 관련하여 시청자의 알권리와 정보접근성을 보호하고자 하는 노력이 이뤄지고 있다는 점이 주목할 만하다. PBS는 뉴스 프로그램에서 AI 생성 콘텐츠

사용 시 반드시 공개할 것을 요구하고 있으며, ABC는 AI 사용의 투명한 공개를 핵심 원칙으로 제시하고 있다. FCC가 제안한 정치 광고에서의 AI 사용 공개 규칙과 캘리포니아 등 일부 주에서 시행되는 딥페이크 공개 의무 법안도 이러한 투명성 요구의 연장선에 있어, 방송을 포함한 시청각 콘텐츠 부문 전반에서 투명성 확보가 핵심적인 AI 윤리 규범이자 실행원칙으로 자리잡고 있음을 확인할 수 있다.

그러나, 이러한 긍정적인 움직임에도 불구하고 여전히 많은 방송사들이 AI윤리 규범의 수용과 실천적인 노력이 미흡한 상황이다. 많은 방송사들이 AI 기술의 신뢰할 수 있고 안전한 활용에 대한 내부 지침이나 정책 없이 AI 기술을 활용하고 있다. 일부 공영방송사나 대형 방송사의 개별적인 노력을 넘어, 방송을 통해 콘텐츠를 제공하는 창작자, 제작자, 광고주 및 광고제작사 등까지 포괄하는 방송산업 전체가 공유하는 공통되고 표준화된 윤리 기준 마련이 필요한 이유이다.

더불어, AI 관련 사항을 방송 편집 기준에 포함시키는 등 AI 규범을 수립하고 공개한 방송사들 상당수가 선언적인 원칙 공개 외에는 구체적인 지침이나 내부 통제 시스템을 확보하지 못하고 있다는 한계가 있다. 예를 들어, 많은 방송사들이 "AI 사용 시 인적 검증을 수행한다"는 원칙을 명시하고 있지만, 구체적으로 누가, 언제, 어떤 절차로 검증을 수행해야 하는지에 대한 세부 절차는 마련되어 있지 않은 경우가 많다. 일부 사업자는 사전 보고와 승인을 요구하고, 일부 사업자는 사후적인 책임만을 명시하고 있는 한계가 있다.

윤리 원칙이 실천적인 행위로 이어지기 위해서는, 절차적 통제 마련이 필요하다. 예를 들어, 영국 BBC의 경우 Editorial Policy팀을 통해 AI 사용에 대한 지속적인 모니터링과 사례별 가이드를 제공하고 있으며, 호주 ABC는 특정 유형의 AI 사용에 대한 명확한 승인 절차를 규정하고 있다. AI 사용 여부와 투명성 확보 등의 책무를 개인 창작자의 윤리적 감수성과 판단에만 맡겨둘 수는 없는 만큼, 이러한 컴플라이언스 준수를 위한 내부 시스템 구축과 책임 분배에 대한 기준 마련은 향후의 과제로 남아 있다.

또한, 콘텐츠의 성격에 따라 요구되는 투명성과 검증의 수준이 달라질 수 있다는 점도 고려해야 한다. PBS 가이드라인이 뉴스와 다큐멘터리에서는 엄격한 공개를 요구하면서도 엔터테인먼트 콘텐츠에 대해서는 상대적으로 유연한 접근을 허용하는 것처럼, 맥락에 따른 차등적 적용에 대한 기준도 필요하다.

마지막으로, AI의 창의성 기여, 제작 효율성 향상, 접근성 개선(자막 생성, 다국어 번역,

오디오 설명 등) 등 순기능을 고려할 때, 일관적 기준보다는 맥락적 적용과 사업자들의 책임 있는 판단이 이뤄질 수 있는 유연성이 필요하다. Public Media Alliance, EBU 등 사업자 자율기구들이 방송분야 AI 공통 자율규범 수립과 확산에 기여하고, AI 혁신의 수용과 윤리적 사용의 균형에 기여한 바를 고려하여, 방송분야 자율규범 수립 노력에 대한 지원이 필요하다.

만약, 국내에서도 방송사업자들에게 신뢰할 수 있고 안전한 AI활용 문화 조성을 권고하기 위해서는, 영국 OFCOM의 사례와 같이 기존의 방송법령과 자율적 규범간의 조화로운 접근이 필요하다. OFCOM은 '방송사업자를 위한 권고'를 통해서 기존의 방송 관련 규정들(정확성, 공정성, 해악 방지 등)이 AI 시대에서도 지속적으로 적용되며, AI와 관련하여 발생하는 특별한 책임을 강조하는 가이드선적 규범을 제시함으로써, 사업자들의 자율적 윤리원칙 이행을 촉구하고 있다. 이는 과도한 규제 없이도 책임 있는 AI 활용을 유도하는 균형 잡힌 접근으로 평가된다.

제 4장 인공지능 시대 방송신뢰도 확보를 위한 정책방향

제 1절 규범적 차원의 과제

1. 방송분야 AI윤리 규범의 성격

방송분야 AI 윤리 규범은 자율규제 중심의 원칙 기반(principles-based) 접근을 통한 연성규범(soft law)과 가이드선의 성격을 지향할 필요가 있다. 이러한 접근이 필요한 이유는 방송사업자가 AI 기술의 개발자가 아닌 사용자이자 배포자라는 특수한 지위에서 비롯된다. 방송사는 AI 기술을 활용하여 콘텐츠를 제작하고 편성하는 사용자로서 해당 기술의 적절한 활용에 대한 주의 의무를 부담하며, 동시에 AI가 생성하거나 AI를 활용하여 제작된 콘텐츠를 공중에게 배포하는 사업자로서 방송 내용에 대한 사회적 책임을 지닌다. 따라서 방송분야 AI 윤리 규범은 AI 기술 자체의 개발이나 알고리즘의 설계에 관한 것이 아니라, AI 기술 사용자로서의 윤리적 책임과 콘텐츠 배포자로서의 편집 책임을 명확히 하는 데 초점을 두어야 한다.

이러한 맥락에서 규범의 구체적 형식은 영국 OFCOM의 접근 방식을 참고할 수 있다. OFCOM은 기존 방송법상의 정확성, 공정성, 해악 방지 등 근본적 책무 규정이 AI 시대에도 그대로 적용됨을 명확히 선언하면서, AI 관련 특수성—예컨대 AI 생성 콘텐츠의 라벨링 책임과 같은 투명성 의무—에 대해서는 별도의 가이드선을 제공하는 방식을 취하고 있다. 이는 법적 강제력을 가진 경성규범(hard law)이 아니라 사업자의 자율적 판단을 존중하되, 책임 있는 실천을 위한 지침을 제시하는 연성규범의 전형적 형태라 할 수 있다.

자율규제 중심의 접근방식은 AI기술의 도입 과정에 있는 방송분야에서 기술 혁신과 방송의 책임성 간에 균형과 조화를 추구하는 데에 기여할 수 있다. 앞서 살펴본 바와 같이, EBU(European Broadcasting Union), Public Media Alliance 등 방송사업자 연합체가 주도하는 자율규범이 작동하고 있다는 사실도 자율규제 중심의 윤리 규범이 실질적으로 구동할 수 있음을 의미한다. 이들 자율규제 조직은 회원 방송사들이 공유할 수 있는 공통 원칙을 제시하고, 구체적인 실행 사례를 공유하는 플랫폼을 제공함으로써 산업 전반의 표준

형성에 기여하고 있다. 현재 Public Media Alliance 회원사 중 19개 회원사가 생성형 AI의 사용에 대응한 전략 문서를 마련하여 공유하고 있다¹⁷⁾.

연성규범이 필요한 또 다른 이유는 AI가 가진 잠재력의 활용과 방송분야의 혁신 때문이다. AI 기술의 빠른 변화 속도를 고려할 때 경직된 법규제는 기술 발전과 혁신을 저해할 위험이 있다. 법률이나 시행령의 형태로 구체적인 기술적 요건을 규정할 경우, 기술 환경의 변화에 따라 신속한 대응이 어렵고 규범의 실효성이 저하될 수 있다. AI 기술은 국내 방송사의 콘텐츠 품질 경쟁력 제고와 경영 효율성 향상에 실질적으로 기여할 수 있는 순기능을 지니고 있다. 자막 생성, 다국어 번역, 콘텐츠 요약, 접근성 개선 등 AI 기술의 활용은 방송 콘텐츠의 공공성과 경쟁력을 높이는 데 기여할 수 있는 만큼, 이러한 순기능의 활성화를 위해서는 경직적 규제보다 유연한 접근이 필요하다.

실제로 BBC, ABC, PBS, NHK, CBC 등 해외 주요 방송사들의 사례를 보면, 포괄적 규범과 해외사례를 토대로 각 방송사가 자체적으로 AI 윤리 가이드라인을 수립하고 이를 기존의 편집 기준(editorial guidelines)에 통합하는 방식으로 구체적인 실행 체계를 마련하고 있다. BBC는 Editorial Policy 내에서 AI 사용에 관한 원칙을 명시하고 있으며, ABC는 독립적인 AI Policy를 제정하여 승인 절차와 투명성 요건을 규정하고 있다. 이러한 사례들은 방송사가 자율적으로 규율 체계를 수립하고 지속적으로 업데이트할 수 있는 역량을 보유하고 있음을 보여준다. 따라서, 방송분야 AI 윤리 규범은 방송사업자들의 자율적 규율 수립 노력을 지원하고, 산업 전반에 적용 가능한 공통 원칙과 모범 사례를 제시하는 가이드선으로 기능하는 것이 바람직하다.

2. 방송분야 AI윤리 규범의 지향 목표 설정

방송분야 AI 윤리 규범의 지향 목표는 사업자들의 자발적 참여와 합의에 기반하여 마련되어야 하며, 사업자들이 자율적으로 구체적인 실행 체계를 마련할 수 있도록 모범적인 원칙을 제시하는 성격을 지닐 필요가 있다.

AI 기술의 도입과 활용은 방송 콘텐츠 제작의 효율성을 높이고 창의성을 증진할 기회를 제공할 수 있다. 그러나 이러한 기술 수용이 방송의 발전과 시청자 경험 개선으로 이어지

17) <https://www.publicmediaalliance.org/resources/public-service-media-and-generative-ai/>

기 위해서는, 기술적 변화가 방송의 본질적 가치와 공적 책무를 침해하지 않도록 균형적 관점에서 최소한의 원칙과 규범을 정립하는 것이 필요하다.

이러한 의미에서 방송분야의 AI 윤리 원칙은 EU 「인공지능법(AI Act)」, 우리나라의 「인공지능기본법」과 같은 AI 윤리에 관한 포괄적 규범과 EBU, Public Media Alliance 등 방송사업자 연합체가 자율적으로 추진하고 있는 원칙들을 포용하되, 동시에 AI 기술 사용에 대한 규범이나 행위 기준들이 방송법 제1조가 지향하는 핵심 가치—즉 "방송의 자유와 독립을 보장하고 방송의 공적 책임을 높임으로써 시청자의 권익보호와 민주적 여론 형성 및 국민문화의 향상을 도모하고 방송의 발전과 공공복리의 증진에 이바지"하는 것—를 반영하도록 구성될 필요가 있다. 이에 따라 AI 기술을 활용한 방송 프로그램 제작에 있어서도 방송법 제3조(시청자의 권익보호), 제5조(방송의 공적 책임), 제6조(방송의 공정성과 공익성)에서 규정한 가치와 책무가 지속적으로 유지됨을 재확인하는 것이 규범의 출발점이 되어야 한다.

방송사업자는 AI 기술의 개발자가 아닌 사용자이자 배포자라는 특수한 지위를 가지고 있다. 방송사는 AI 기술을 활용하여 콘텐츠를 제작하고 편성하는 사용자로서 해당 기술의 적절한 활용에 대한 주의 의무를 부담하며, 동시에 AI가 생성하거나 AI를 활용하여 제작된 콘텐츠를 공중에게 배포하는 사업자로서 방송 내용에 대한 사회적 책임을 지닌다. 따라서 방송분야 AI 윤리 규범은 방송사업자가 이러한 이중적 지위에서 스스로를 보호하고 책임을 다할 수 있도록 실질적 지침을 제공하는 데 초점을 두어야 한다.

이에, 방송분야 AI 윤리 규범은 ① 방송의 신뢰도 확보를 위한 원칙을 수립하고, ② 투명성과 시청자 알권리 보호를 위한 최소 기준을 제시하며, 그리고 ③ 편집 책임성 명확화에 강조를 두어야 한다.

가. 방송 신뢰도 확보를 위한 AI윤리 원칙(6대 원칙)

먼저, 방송분야 AI윤리 규범은 시청자가 방송 콘텐츠를 신뢰할 수 있는 환경을 조성하는 것을 궁극적인 목표로 삼아야 한다. 이를 위해 국내외 AI 관련 포괄적 규범과 방송분야 가이드라인에서 공통적으로 강조되는 원칙들을 바탕으로 여섯 가지 핵심 원칙 - 인간 중심, 정확성, 투명성, 공정성, 윤리적 활용, 책임성 - 을 제시할 수 있다.

인간 중심 원칙은 AI 기술이 인간의 판단과 통제 하에 활용되어야 함을 의미한다. BBC, ABC, PBS 등 주요 공영방송사들의 가이드라인에서 공통적으로 확인할 수 있듯이, AI는 방송 제작의 도구로서 활용되어야 하며 최종적인 편집 결정은 인간이 수행해야 한다.

정확성 원칙은 AI를 활용한 콘텐츠라 하더라도 방송의 전통적 가치인 사실의 정확한 전달이 유지되어야 함을 강조한다. 특히, 뉴스와 시사보도 영역에서 AI가 생성한 정보에 대한 철저한 팩트체크가 요구된다.

투명성 원칙은 AI 사용 여부와 그 범위를 시청자가 인지할 수 있도록 적절히 공개하는 것을 의미한다.

공정성 원칙은 AI 알고리즘이 내포할 수 있는 편향성을 경계하고, 다양한 관점과 의견이 균형 있게 반영될 수 있도록 주의를 기울여야 함을 요구한다.

권리 보호 또는 윤리적 활용 원칙은 AI기술의 활용 과정에서 개인정보 보호, 초상권, 저작권 등 관련 권리가 침해되지 않도록 해야 함을 의미한다. 방송사는 AI기술의 학습과 개발을 책임지는 개발사 또는 제조사라기보다는 AI기술을 활용하는 이용자에 해당하는 만큼, EU의 AI Act나 국내의 인공지능기본법 등에서 요구하는 개발사와 제조사에 준하는 엄격한 책무가 요구되지 않는다. 그러나, 생성물 제작과정에서 AI기술과 서비스를 이용하는 이용자로서, 또한 AI생성물을 시청자에게 전달하는 배포자로서의 방송프로그램에 대한 관련 법률 위반 가능성에 대한 인지와 법륜 준수의 노력이 요구된다.

책임성 원칙은 AI를 활용한 콘텐츠에 대해서도 방송사가 명확한 책임을 지며, 문제 발생 시 적절한 시정 조치를 취할 수 있는 체계를 갖추어야 함을 강조한다.

이러한 원칙들은 포괄적 AI 규범에서 제시된 보편적 가치를 방송분야에 적용한 것이며, 동시에 EBU, Public Media Alliance 등 방송사업자 연합체가 제시한 자율규범에서도 일관되게 확인되는 내용이다.

나. 투명성과 시청자 알권리 보호를 위한 최소 기준 제시

투명성 원칙은 시청자가 콘텐츠의 생성 방식을 이해하고 정보의 신뢰성을 평가할 수 있도록 하는 정보 접근성에 대한 권리를 보장하는 핵심 원칙이다.

PBS는 뉴스 프로그램에서 AI 생성 콘텐츠 사용 시 반드시 공개할 것을 요구하고 있으며,

FCC가 제안한 정치 광고에서의 AI 사용 공개 규칙도 같은 맥락에 있다. 그러나, 투명성의 구체적 실현 방식은 콘텐츠의 성격과 맥락에 따라 달라질 수 있다는 점을 고려해야 한다.

앞서 살펴본 방송분야 AI윤리 규범들은 AI사용여부에 대한 기계적이고 일괄적인 공개 방식보다는 시청자의 인지 가능성에 대한 맥락적 접근이 필요함을 보여준다. AI기술이 창작자의 표현 범위를 확대하고 시청자들의 시청경험을 향상시킬 수 있는 기술적 잠재력을 가지고 있는만큼, 창의적이고 예술적인 영역에서 AI기술의 활용가능성을 확대하고 시청자의 시청권을 보호할 필요가 있기 때문이다. 반면, 정확하고 객관적인 사실과 창의적인 표현을 명확하게 구분해야 하는 객관적 사실의 증거자료에서 AI기술의 사용은 엄격한 기준에 따라 제한적으로 사용될 필요가 있다. 다시 말해, 뉴스와 시사보도는 시청자의 의사결정과 여론형성에 직접적인 영향을 미치므로 AI기술의 사용이 시청자의 이해 제고의 수준을 넘어 오인을 야기하지 않도록 AI사용 여부가 투명하게 공개되어야 하는 반면, 드라마나 예능 프로그램에서는 상대적으로 유연한 접근이 가능하다. 대표적으로, PBS의 가이드라인이 뉴스와 다큐멘터리에서는 엄격한 공개를 요구하면서도 엔터테인먼트 콘텐츠에 대해서는 제작진의 판단을 존중하는 것도 이러한 맥락적 접근의 예시이다.

AI윤리 규범에서 구체적인 투명성 기준의 설정 방식으로는 여러 접근을 고려할 수 있다. 단순 공개 의무를 명시하는 방식은 방송사업자가 AI를 활용하여 제작한 콘텐츠나 AI가 생성한 내용을 방송할 경우 시청자가 이를 명확히 인지할 수 있도록 사전 또는 사후에 고지하도록 선언적으로 규정하는 것이다. 예컨대 "방송사업자는 AI를 활용하여 제작한 콘텐츠나 AI가 생성한 내용을 방송할 경우, 시청자가 이를 명확히 인지할 수 있도록 적절한 방식으로 고지하여야 한다"와 같이 규정할 수 있다. 이 방식의 장점은 원칙이 명확하고 이해하기 쉬우며, 모든 사업자에게 동일한 기준을 제시함으로써 예측 가능성을 높인다는 점이다. FCC가 제안한 정치 광고에서의 AI 사용 공개 의무나 캘리포니아 등 일부 주에서 시행되는 딥페이크 공개 법안도 이러한 접근을 취하고 있다. 그러나 이 방식은 콘텐츠의 성격과 맥락을 고려하지 않고 일률적으로 적용될 경우, 창의적 활용을 제약하거나 불필요한 공개로 인해 시청 경험을 저해할 수 있다는 단점이 있다. 예를 들어, 드라마나 애니메이션에서 배경 이미지 생성에 AI를 부분적으로 활용한 경우에도 엄격한 공개를 요구하는 것이 과연 시청자의 알권리 보호에 실질적으로 기여하는지에 대한 의문이 제기될 수 있다.

이와 달리, AI 사용 여부 공개에 대한 맥락적 판단과 책임 의무를 명시하는 방식도 고려

할 수 있다. 이 방식은 콘텐츠의 성격, 공익적 중요성, 시청자에게 미칠 수 있는 영향 등을 종합적으로 고려하여 적절한 공개 수준을 결정하되, 그 판단에 대한 책임은 방송사가 지도록 하는 것이다. 구체적으로는 "방송사업자는 AI를 활용한 콘텐츠를 방송할 경우, 콘텐츠의 성격, 시청자에게 미칠 수 있는 영향, 공익적 중요성 등을 고려하여 적절한 수준의 투명성을 확보하여야 하며, 이에 대한 판단과 그 결과에 대해 책임을 진다"와 같이 규정할 수 있다. 이 방식의 장점은 원칙 기반 접근으로서 사업자에게 자율성과 유연성을 부여하며, 급변하는 AI 기술 환경에 적용할 수 있는 여지를 제공한다는 점이다. OFCOM의 접근 방식이 이러한 맥락적 판단을 강조하는 것과 유사한 맥락이다. 또한 BBC의 Editorial Guidelines가 "콘텐츠의 성격에 따라 적절한 수준의 공개"를 요구하는 것도 이러한 접근의 예시라 할 수 있다. 다만, 이 방식은 "적절한 수준"이라는 기준이 모호하여 사업자마다 해석과 적용이 달라질 수 있다.

이 외에도 콘텐츠 유형에 따른 차별적 단서를 명시하는 방식도 가능하다. 이 방식은 뉴스 및 시사보도에서는 명시적 공개를 의무화하고, 다큐멘터리에서는 제작 맥락에 따른 공개를, 엔터테인먼트 콘텐츠에서는 창의적 활용의 범위 내에서 자율적 판단을 허용하는 등 유형별 차등 기준을 제시하는 것이다. 예를 들어 "뉴스 및 시사 프로그램에서 AI가 생성한 영상, 음성, 이미지를 사용할 경우 명시적으로 공개하여야 한다. 다큐멘터리 프로그램에서는 AI 사용이 콘텐츠의 사실성이나 신뢰성에 영향을 미칠 수 있는 경우 이를 공개하여야 한다. 드라마, 예능 등 엔터테인먼트 프로그램에서는 창작의 자유를 존중하되, AI 사용이 시청자의 인식에 중대한 영향을 미칠 수 있는 경우 적절한 방식으로 알릴 수 있다"와 같이 구체적으로 규정할 수 있다. 이 방식의 장점은 콘텐츠의 공익적 중요성에 따라 차등적 기준을 제시함으로써 명확성과 유연성의 균형을 추구한다는 점이다. PBS의 Artificial Intelligence Guidelines가 뉴스와 다큐멘터리에서는 엄격한 공개를 요구하면서도 엔터테인먼트 콘텐츠에 대해서는 제작진의 판단을 존중하는 것이 대표적인 예시이다. ABC 역시 뉴스 및 시사 콘텐츠에서 AI 사용 시 더욱 엄격한 승인 절차를 요구하고 있다. 이러한 접근은 시청자의 알권리가 가장 중요하게 보호되어야 하는 영역에서는 명확한 기준을 제시하면서도, 창작의 자유가 중요한 영역에서는 유연성을 허용한다.

다만, 윤리 규범의 차원에서 이처럼 구체적으로 장르를 지정하고 각 장르별 세부 기준을 규정하는 것은 장르간 융합 현상이 심화되는 미디어 제작 트렌드 변화에 적용가능하지 않

고, 창작자들의 자율적 판단 영역을 과도하게 제약할 우려가 있다. 현재 방송 콘텐츠 제작 환경에서는 인포테인먼트, 다큐 드라마, 시사 예능 등 장르 간 융합이 활발히 이루어지고 있어, 명확한 장르 구분에 기반한 규범은 실효성이 떨어질 수 있다. 이러한 장르 경계의 모호함은 분류와 적용에 있어 혼란을 초래할 수 있으며, 장르별 기준을 구체적으로 설정하는 데 상당한 논의와 합의가 필요하다는 점 역시 한계로 지적된다. 따라서, 장르를 구체적으로 열거하기보다는, 콘텐츠의 공익적 중요성이나 시청자에게 미치는 영향의 정도에 따라 차등적 접근이 가능하다는 원칙을 제시하고, 구체적인 장르별 적용은 방송사업자가 자체 가이드라인을 통해 마련하도록 하는 것이 바람직하다.

세 가지 접근 방식은 각각의 장단점을 고려할 때 상호 배타적이기보다는 결합을 통해 보완될 수 있다. 특히, 단순 공개 의무 명시 방식과 맥락적 판단 및 책임 의무 명시 방식을 결합한 접근이 현 단계에서 가장 적절할 것으로 판단된다. 구체적으로는 "방송사업자는 AI를 활용하여 제작한 콘텐츠나 AI가 생성한 내용을 방송할 경우, 시청자가 이를 인지할 수 있도록 적절한 방식으로 공개하여야 한다. 이때 콘텐츠의 성격, 시청자에게 미칠 수 있는 영향, 공익적 중요성 등을 종합적으로 고려하여 공개의 수준과 방식을 결정하되, 이에 대한 판단과 그 결과에 대해서는 방송사가 책임을 진다"와 같이 규정할 수 있다.

이러한 결합 방식은 투명성에 대한 명확한 원칙(AI 사용 시 공개)을 제시하면서도, 구체적인 공개 수준과 방식에 대해서는 콘텐츠의 맥락을 고려한 사업자의 자율적 판단을 존중한다. 동시에 그 판단에 대한 책임을 명확히 함으로써, 사업자가 단순히 형식적 공개로 책임을 회피하지 못하도록 한다. 이는 OFCOM이 기존 방송 규정의 지속적 적용을 선언하면서도 AI 관련 특수성에 대해서는 가이드언스를 통해 사업자의 판단을 돕는 방식과 유사한 접근이다. BBC와 ABC가 명확한 원칙을 제시하면서도 실제 적용에 있어서는 Editorial Policy팀의 검토나 내부 승인 절차를 통해 맥락적 판단을 수행하는 것 역시 이러한 결합 방식의 실례라 할 수 있다.

콘텐츠 유형에 따른 차별적 단서 명시 방식은, 실무적 단계의 접근법으로서, 방송사업자들 사이에서 AI 윤리 규범 준수가 관행적으로 정착되고 충분한 사례가 축적된 이후에 고려될 수 있을 것이다. 현 단계에서 구체적인 장르별 기준을 제시할 경우, 아직 AI 활용 관행이 확립되지 않은 상황에서 사업자들의 창의적 실험을 제약하고 자율규제의 발전을 저해할 수 있다. 따라서 당분간은 원칙과 책임 중심의 접근을 통해 산업 내에서 모범 사례가

형성되고 공유되도록 하며, 이러한 경험이 충분히 축적된 후 필요하다면 보다 구체적인 유형별 기준을 마련하는 단계적 접근이 바람직하다. 이러한 결합적이고 단계적인 접근은 시청자 보호와 산업 혁신이라는 두 가지 목표를 균형 있게 달성하는 데 기여할 수 있을 것이다.

다. 편집 책임성 명확화

편집 책임성의 명확화는 AI가 생성한 콘텐츠에 대해서도 방송사의 최종 편집 책임이 유지되어야 함을 강조한다. 이는 방송사가 AI 기술의 단순한 사용자를 넘어, AI 생성 콘텐츠를 방송프로그램의 일부로 채택하고 공중에게 배포하는 편집 주체로서 포괄적인 책임을 부담해야 함을 의미한다. 앞서 살펴본 BBC의 Editorial Guidelines와 ABC의 AI Policy에서 확인할 수 있듯이, AI 기술의 활용이 방송사의 편집 책임을 면제하거나 희석하지 않으며, 오히려 AI 사용에 따라 새로운 형태의 주의 의무가 추가되는 것이 추세이다.

편집 책임성의 핵심은 인적 검증의 실질적 이행에 있다. 방송사는 AI가 생성하거나 AI를 활용하여 제작된 콘텐츠에 대해 적절한 통제 권한을 확보해야 하며, 최종 송출 전 인간 편집자에 의한 검증 절차를 거치도록 해야 한다. 그러나 편집 책임성은 단순히 기술적 검증 절차의 이행을 넘어서는 보다 포괄적인 원칙이 요구된다.

우선, 책임의 귀속 주체가 명확해야 한다. AI 생성 콘텐츠의 활용과 관련된 책임은 개인 창작자, 제작자, 또는 외주제작사에게 전가되어서는 안 되며, 최종적으로 콘텐츠를 방송하는 조직으로서의 방송사업자가 책임의 주체가 되어야 한다. 이는 「방송법」상 방송사업자가 부담하는 편집 책임의 본질에서 비롯된다. 외주제작사가 제작한 프로그램이라 하더라도 이를 편성하고 송출하는 결정은 방송사가 내리는 것이며, 따라서 그 내용에 대한 책임 역시 방송사가 부담하는 것과 마찬가지이다. AI 생성 콘텐츠를 방송프로그램에 포함시키는 편집적 결정 자체가 방송사의 책임 영역에 속한다.

다음으로, 편집 결정의 책임성이 강조되어야 한다. AI 생성물을 방송 프로그램의 일부로 채택하는 결정 과정에서 방송사는 해당 콘텐츠의 정확성, 공정성, 적법성, 윤리성을 평가하고 판단할 책임을 진다. 이러한 판단은 단순히 기술적 오류를 점검하는 것을 넘어, AI 생성물이 방송 프로그램에 포함되기에 적절한지, 시청자에게 오해를 불러일으키지 않는지, 관련 권리를 침해하지 않는지 등을 종합적으로 고려하는 편집적 의사결정을 포함한다.

또한, 이러한 책임의 실질적 이행을 위해서는 방송사 내부에 적절한 체계를 갖출 필요가 있다. BBC의 경우 Editorial Policy팀을 통해 AI 사용에 대한 검토와 승인을 수행하며, ABC는 특정 유형의 AI 활용에 대해 명확한 승인 절차를 규정하고 있다. 이러한 사례들은 편집 책임성이 개인의 윤리적 판단에만 의존할 수 없으며, 조직 차원의 체계적 뒷받침이 있을 때 실질적으로 작동할 수 있음을 보여준다. 다만 정부가 제시하는 윤리 규범의 차원에서는 구체적인 조직 구조나 절차를 명시하기보다는, 방송사가 편집 책임을 실질적으로 이행할 수 있는 내부 체계를 자율적으로 마련하도록 권고하는 수준에서 제시되어야 한다.

이를 위해, 윤리 규범에서 편집 책임성은 최종 방송프로그램에 대한 편집 책임이 방송사에 있음을 명시하고, 방송사에게 AI활용 콘텐츠에 대한 적절한 검증절차 마련 등 편집책임 이행을 담보할 수 있는 절차 마련이 권고됨을 명시할 수 있다. 예를 들어, "방송사업자는 AI를 활용하여 제작된 콘텐츠에 대해 최종 편집 책임을 진다"는 책임 명시와 더불어, "방송사업자는 AI 활용 콘텐츠의 정확성, 공정성, 적법성에 대한 적절한 검증 절차를 마련하고, 이를 실질적으로 이행할 수 있는 내부 체계를 갖출 것이 권고된다"는 권고적 문구를 병행하는 것이 가능하다. 이러한 규정은 구체적인 조직 구조나 절차를 명시하지 않으면서도, 방송사가 편집 책임을 실질적으로 이행할 수 있는 내부 체계를 자율적으로 마련하도록 권고하는 성격을 지닌다. 이에 따라, 사업자는 자신의 규모와 여건에 맞는 검증 절차, 승인 체계, 교육 프로그램 등을 자율적으로 설계하되, 그 결과에 대한 책임은 명확히 부담하게 된다.

마지막으로, 편집책임의 이행이 완수되기 위해서는 사후 책임의 이행 체계가 마련되어야 한다. AI 활용 콘텐츠에서 문제가 발생한 경우—예를 들어, 부정확한 정보의 전달, 편향적 내용의 방송, 권리 침해 등—방송사는 이에 대한 적절한 시정 조치를 취할 수 있는 체계를 갖추어야 한다. 이는 오류의 인정과 정정, 피해자에 대한 구제, 재발 방지를 위한 내부 절차의 개선 등을 포함한다. 방송통신심의위원회의 심의나 시청자 불만 제기 등에 대해서도 방송사가 명확한 책임 주체로서 대응할 수 있어야 한다. 다만, 사후책임의 이행 체계는 「방송법」 제32조(방송의 공정성 및 공공성 심의)에 따른 방송심의와 제35조(시청자권익보호위원회)에 근거한 시청자 불만처리 및 분쟁의 조정 절차가 존재하는 만큼, 현실 점에서 AI기술에만 국한된 사후책임 이행 체계에 대한 규범수립이 필요할 것으로 보이지는 않는다. 차후에 AI기술 활용이 고도화되고 지속적인 모니터링을 통해 새로운 규제필요

적 현상이 발견된다면, 시청자 권익보호를 위한 별도의 사후적 절차 마련을 검토하는 것이 바람직하다.

이러한 핵심 목표-방송 신뢰도 확보, 투명성과 시청자 알권리 보호, 편집 책임성 명확화-는 AI 기술의 순기능을 활용하면서도 방송의 공적 책임과 사회적 신뢰를 유지하기 위한 균형점을 제시한다. 방송분야 AI 윤리 규범은 이러한 목표를 달성하기 위한 기본 원칙과 최소 기준을 가이드선으로 제시하고, 구체적인 실행 방식은 방송사업자의 자율적 판단에 맡기는 방식으로 구축될 필요가 있다.

3. 방송분야 역기능에 대응한 윤리원칙

앞서 제시한 방송분야 AI 윤리 규범의 세 가지 핵심 목표-방송 신뢰도 확보, 투명성과 시청자 알권리 보호, 편집 책임성 명확화-를 실현하기 위해서는 제3장에서 도출한 역기능 유형에 체계적으로 대응하는 윤리원칙의 수립이 필요하다. TOE 프레임워크에 기반하여 기술적, 조직적, 환경적 측면에서 식별된 스물한 가지 역기능 시나리오는 각각의 성격과 발생 맥락에 따라 상이한 윤리적 대응을 요구하며, 이에 본 연구에서는 각 역기능에 대응하는 윤리원칙으로 방송법상 가치와 책무의 지속, 인간 중심과 편집 책임, 정확성과 신뢰성, 투명성과 시청자 알권리, 공정성과 다양성, 권리 보호와 윤리적 활용, 법령 준수, AI 기술 혜택에 대한 인식 등 여덟 가지를 도출하였다.

가. 기술적 측면의 역기능과 대응 윤리원칙

기술적 측면에서 도출된 역기능들은 AI 기술 자체의 특성과 한계에서 비롯되는 문제들로서, 이에 대응하기 위해서는 기술적 불안전성을 보완하고 오용을 방지하기 위한 윤리원칙이 요구된다.

<표 4-1> 기술적 차원에서 발생할 수 있는 방송분야 역기능과 윤리원칙

역기능의 유형	연관 AI윤리 원칙
T1. AI 생성 품질 및 신뢰성	
T1-1. AI 기술의 불완전성(환각, 맥락 오해 등)으로 인한 오류 발생 가능성	정확성과 신뢰성
T1-2. 기술적 오작동(시스템 에러, 보안 취약성)으로 인한 콘텐츠 품질 저하 가능성	정확성과 신뢰성
T1-3. AI 생성 영상의 생성·편집 과정 불투명성으로 인한 조작 여부 검증 및 진위 판단 곤란 가능성	투명성과 시청자 알권리
T2. AI 콘텐츠 제작의 편향성	
T2-1. 편중된 학습 데이터로 인해 AI 생성 콘텐츠에 편향성(특정 집단 배제, 고정관념 강화, 대표성 부족)이 반영될 가능성	공정성과 다양성
T2-2. AI 자동 편집·큐레이션 과정에서 특정 시각만 부각되어 다양한 관점이 누락될 가능성	공정성과 다양성
T3. 기술 악용 및 권리 침해	
T3-1. 딥페이크·합성 기술의 악의적 활용(신원 도용, 허위 조작정보 유포)으로 인한 개인 명예훼손 및 여론 왜곡 가능성	권리 보호와 윤리적 활용
T3-2. AI 학습·활용 과정에서 본인 동의 없는 창작물·개인 정보(얼굴, 음성) 사용으로 인한 권리침해(저작권, 초상권, 개인정보) 발생 가능성	권리 보호와 윤리적 활용

AI 생성 품질 및 신뢰성 범주의 역기능들은 정확성과 신뢰성 원칙 및 투명성과 시청자 알권리 원칙과 밀접하게 연관된다. AI 기술의 불완전성으로 인한 환각 현상이나 맥락 오해, 기술적 오작동으로 인한 콘텐츠 품질 저하 등은 방송의 전통적 가치인 사실의 정확한 전달을 저해할 수 있으며, 이에 대응하기 위해서는 AI 생성 정보에 대한 철저한 팩트체크와 다중 정보원 검증이 요구된다. 아울러 AI 생성 영상의 생성·편집 과정 불투명성으로 인한 조작 여부 검증 및 진위 판단 곤란의 문제는 시청자가 콘텐츠의 생성 방식을 이해하고 정보의 신뢰성을 평가할 수 있도록 적절한 정보를 제공해야 한다는 투명성과 시청자 알권리 원칙의 적용을 요청한다.

AI 콘텐츠 제작의 편향성 범주에서 도출된 역기능들은 공정성과 다양성 원칙의 핵심 적

용 영역에 해당한다. 편중된 학습 데이터로 인해 AI 생성 콘텐츠에 특정 집단의 배제나 고정관념 강화가 반영될 수 있으며, AI 자동 편집·큐레이션 과정에서 특정 시각만 부각되어 다양한 관점이 누락될 가능성이 존재한다. 방송이 사회적 여론 형성에 미치는 영향력을 고려할 때, AI 알고리즘이 내포할 수 있는 편향성에 주의를 기울이고 다양한 관점과 의견이 균형 있게 반영될 수 있도록 노력해야 한다는 공정성과 다양성 원칙이 이러한 역기능에 대응하는 핵심 원칙이 된다.

기술 악용 및 권리 침해 범주의 역기능들은 권리 보호와 윤리적 활용 원칙과 직접적으로 연결된다. 딥페이크·합성 기술의 악의적 활용으로 인한 개인 명예훼손 및 여론 왜곡, AI 학습·활용 과정에서 본인 동의 없는 창작물·개인 정보 사용으로 인한 저작권, 초상권, 개인정보 침해 등의 문제는 AI 기술 활용 과정에서 관련 법령상 권리를 존중하고 인간의 존엄성을 해치거나 사회적 해악을 초래하지 않도록 윤리적 고려를 수행해야 함을 요청한다.

나. 조직적 측면의 역기능과 대응 윤리원칙

조직적 측면에서 도출된 역기능들은 방송사업자 내부의 거버넌스, 인력 운용, 투자 역량 등과 관련된 문제들로서, 이에 대응하기 위해서는 조직 차원의 책임 체계 확립과 역량 강화를 위한 윤리원칙이 요구된다.

<표 4-2> 조직적 차원에서 발생할 수 있는 방송분야 역기능과 윤리원칙

역기능의 유형	연관 AI윤리 원칙
01. AI 거버넌스 및 책임 체계	
01-1. 조직 내·외부(위탁, 외주 포함) AI 사용에 대한 최종 편집 책임 소재 불명확으로 인한 책임 회피 가능성 및 법적 분쟁 발생 가능성	인간 중심과 편집 책임 + 법령 준수
01-2. AI 검증 및 관리 체계 부재로 인한 조직의 통제 공백 및 방송사로서의 책임 이행 불능 가능성	인간 중심과 편집 책임 + 법령 준수
01-3. 조직 내의 데이터 관리(접근 통제, 기록·감사 등)가 미흡하여 내부 정보나 개인정보가 유출될 가능성	권리 보호와 윤리적 활용 + 법령 준수

O2. 인력 및 전문성	
O2-1. AI 자동화 과도 의존으로 인한 사실검증 책무 이행 소홀 및 방송 신뢰성 저하 가능성	인간 중심과 편집 책임 + 정확성과 신뢰성
O2-2. AI 도입으로 인한 고용 대체 및 기존 인력의 전문성·숙련 기술 약화 가능성	인간 중심과 편집 책임
O3. 경제적 부담 및 투자	
O3-1. 높은 투자 비용 대비 불확실한 성과로 인한 AI 기술 도입 지연 및 기술 적용 저해 가능성	AI기술 혜택 인식
O3-2. 저비용 AI 도구 활용으로 인한 품질 및 신뢰성 저하 가능성	정확성과 신뢰성

AI 거버넌스 및 책임 체계 범주의 역기능들은 인간 중심과 편집 책임 원칙, 법령 준수 원칙, 권리 보호와 윤리적 활용 원칙이 복합적으로 적용되는 영역이다. 조직 내·외부 AI 사용에 대한 최종 편집 책임 소재 불명확으로 인한 책임 회피 가능성 및 법적 분쟁 발생 가능성, AI 검증 및 관리 체계 부재로 인한 조직의 통제 공백 및 방송사로서의 책임 이행 불능 가능성 등은 AI 기술이 인간의 판단과 통제 하에 활용되어야 하며 방송사업자가 AI 생성 콘텐츠에 대한 최종 편집 책임을 부담해야 한다는 인간 중심과 편집 책임 원칙의 적용을 요청한다. 아울러 이러한 책임 체계의 확립은 관련 법령의 준수와도 밀접하게 연관되며, 조직 내 데이터 관리 미흡으로 인한 내부 정보나 개인정보 유출 가능성에 대해서는 권리 보호와 윤리적 활용 원칙이 함께 적용되어야 한다.

인력 및 전문성 범주의 역기능들 역시 인간 중심과 편집 책임 원칙의 핵심 적용 영역에 해당하며, 정확성과 신뢰성 원칙과도 연관된다. AI 자동화에 대한 과도한 의존으로 인한 사실검증 책무 이행 소홀 및 방송 신뢰성 저하 가능성은 AI가 방송 제작을 지원하는 도구로 사용되어야 하며 최종적인 편집 결정은 인간이 수행해야 한다는 원칙과 직결된다. 주요 공영방송사들의 가이드라인이 공통적으로 AI가 생성한 정보를 신뢰할 수 있는 정보원으로 삼지 말고 반드시 팩트체크와 다중 정보원 검증을 거쳐야 한다고 강조하는 것은 이러한 역기능에 대한 대응이다. AI 도입으로 인한 고용 대체 및 기존 인력의 전문성·숙련 기술 약화 가능성 또한 AI 기술이 인간의 역량을 대체하기보다 보완하는 방향으로 활용되어야 함을 시사한다.

경제적 부담 및 투자 범주의 역기능들은 AI 기술 혜택에 대한 인식 원칙과 정확성과 신뢰성 원칙의 적용을 요청한다. 높은 투자 비용 대비 불확실한 성과로 인한 AI 기술 도입 지연 및 기술 적용 저해 가능성에 대해서는, AI 기술의 도입과 활용이 방송 콘텐츠 제작의 효율성을 높이고 창의성을 증진할 기회를 제공할 수 있다는 점을 인식하고 기술적 변화에 대한 균형 잡힌 시각을 유지해야 한다는 AI 기술 혜택에 대한 인식 원칙이 대응한다. 반면, 저비용 AI 도구 활용으로 인한 품질 및 신뢰성 저하 가능성에 대해서는 비용 절감의 유인에도 불구하고 콘텐츠의 정확성과 신뢰성을 담보할 수 있는 적절한 검증이 수행되어야 한다는 정확성과 신뢰성 원칙이 적용되어야 한다.

다. 환경적 측면의 역기능과 대응 윤리원칙

환경적 측면에서 도출된 역기능들은 방송사업자를 둘러싼 법·제도적 환경, 시장 구조, 사회문화적 맥락과 관련된 문제들로서, 이에 대응하기 위해서는 방송의 공적 가치를 수호하고 산업 생태계 전반의 건전성을 유지하기 위한 윤리원칙이 요구된다.

<표 4-3> 환경적 차원에서 발생할 수 있는 방송분야 역기능과 윤리원칙

역기능의 유형	연관 AI윤리 원칙
E1. 법·제도 및 방송 가치	
E1-1. AI 생성 콘텐츠의 공정성·다양성 보장을 위한 제도적 기준 미비로 인한 편향된 정보 유통 가능성	공정성과 다양성 + 법령 준수
E1-2. AI 관련 사고(권리침해, 허위정보 유포, 공적 책임 저해 등) 발생 시 법적 책임 및 대응 체계 부재 가능성	방송법상 가치와 책무의 지속 + 법령 준수
E1-3. AI 생성 콘텐츠 식별 및 검증에 대한 표준화된 기준이나 관행 미정착으로 인한 시청자 알권리 제약 가능성	투명성과 시청자 알권리
E2. 시장 구조 및 산업 경쟁	
E2-1. AI 자원 역량(기술력, 데이터 확보) 차이로 인한 방송사·제작사 간 격차 심화 및 양극화 가능성	공정성과 다양성
E2-2. 이윤 중심 콘텐츠 양산으로 인한 콘텐츠 다양성 제한 및 공익적 콘텐츠 제작 약화 가능성	방송법상 가치와 책무의 지속 +공정성과 다양성

E3. 투명성 및 문화적 다양성	
E3-1. AI 활용 방식 및 출처 표시 원칙 부재로 인한 시청자의 알권리 제약 및 신뢰 저하 가능성	투명성과 시청자 알권리
E3-2. 글로벌 AI 모델의 한국어/한국 문화 학습 부족으로 인한 로컬 콘텐츠 품질 저하 및 문화적 다양성 제약 가능성	공정성과 다양성

법·제도 및 방송 가치 범주의 역기능들은 공정성과 다양성 원칙, 방송법상 가치와 책무의 지속 원칙, 법령 준수 원칙, 투명성과 시청자 알권리 원칙이 복합적으로 적용되는 영역이다. AI 생성 콘텐츠의 공정성·다양성 보장을 위한 제도적 기준 미비로 인한 편향된 정보 유통 가능성에 대해서는 공정성과 다양성 원칙과 법령 준수 원칙이 함께 대응하며, AI 관련 사고 발생 시 법적 책임 및 대응 체계 부재 가능성에 대해서는 방송법상 가치와 책무의 지속 원칙과 법령 준수 원칙이 적용된다. AI 생성 콘텐츠 식별 및 검증에 대한 표준화된 기준이나 관행 미정착으로 인한 시청자 알권리 제약 가능성에 대해서는 투명성과 시청자 알권리 원칙이 핵심적으로 요청된다.

시장 구조 및 산업 경쟁 범주의 역기능들은 공정성과 다양성 원칙 및 방송법상 가치와 책무의 지속 원칙과 연관된다. AI 자원 역량 차이로 인한 방송사·제작사 간 격차 심화 및 양극화 가능성은 방송 생태계 전반에서 다양한 사업자들이 공존할 수 있는 환경을 유지해야 한다는 공정성과 다양성 원칙의 적용을 요청한다. 이윤 중심 콘텐츠 양산으로 인한 콘텐츠 다양성 제한 및 공익적 콘텐츠 제작 약화 가능성에 대해서는 AI 기술의 활용이 방송법 제1조가 지향하는 핵심 가치—시청자 권익보호, 민주적 여론형성, 국민문화의 향상—를 훼손해서는 안 된다는 방송법상 가치와 책무의 지속 원칙이 대응한다.

투명성 및 문화적 다양성 범주의 역기능들은 투명성과 시청자 알권리 원칙 및 공정성과 다양성 원칙의 적용을 요청한다. AI 활용 방식 및 출처 표시 원칙 부재로 인한 시청자의 알권리 제약 및 신뢰 저하 가능성에 대해서는 시청자가 콘텐츠의 생성 방식을 이해하고 정보의 신뢰성을 평가할 수 있도록 AI 활용에 대한 적절한 정보를 제공해야 한다는 투명성과 시청자 알권리 원칙이 핵심적으로 적용된다. 글로벌 AI 모델의 한국어·한국 문화 학습 부족으로 인한 로컬 콘텐츠 품질 저하 및 문화적 다양성 제약 가능성에 대해서는 다양

한 관점과 문화적 표현이 균형 있게 반영될 수 있도록 노력해야 한다는 공정성과 다양성 원칙이 대응한다.

라. 윤리원칙의 체계와 상호 연관성

이상에서 살펴본 역기능과 윤리원칙의 매칭 결과를 종합하면, 여덟 가지 윤리원칙이 각기 다른 범위와 깊이로 방송분야 AI 활용의 역기능에 대응하고 있음을 확인할 수 있다. 각 원칙이 대응하는 역기능의 수를 기준으로 살펴보면, 공정성과 다양성 원칙이 여섯 가지 역기능에 대응하여 가장 광범위한 적용 범위를 가지며, 법령 준수 원칙이 다섯 가지, 인간 중심과 편집 책임 원칙 및 정확성과 신뢰성 원칙이 각각 네 가지 역기능에 대응한다. 투명성과 시청자 알권리 원칙과 권리 보호와 윤리적 활용 원칙은 각각 세 가지 역기능에, 방송법상 가치와 책무의 지속 원칙은 두 가지 역기능에, AI 기술 혜택에 대한 인식 원칙은 한 가지 역기능에 대응한다.

이러한 윤리원칙들은 상호 배타적이기보다는 유기적으로 연결되어 있으며, 하나의 역기능에 복수의 원칙이 대응하는 경우가 다수 존재한다. 조직 내·외부 AI 사용에 대한 책임 소재 불명확의 역기능에는 인간 중심과 편집 책임 원칙과 법령 준수 원칙이 함께 대응하며, AI 생성 콘텐츠의 공정성·다양성 보장을 위한 제도적 기준 미비의 역기능에는 공정성과 다양성 원칙과 법령 준수 원칙이 동시에 적용된다. 이러한 중첩적 구조는 AI 기술 활용에 따른 역기능이 단일한 원인에서 비롯되기보다는 복합적인 요인이 작용하며, 따라서 대응 역시 다층적 접근이 필요함을 시사한다.

특히 법령 준수 원칙이 기술적, 조직적, 환경적 측면의 역기능에 두루 연관되어 있다는 점은 주목할 만하다. 이는 방송사업자가 AI 기술의 개발자가 아닌 사용자이자 배포자라는 특수한 지위에서 비롯되는 것으로, EU AI Act나 국내 인공지능기본법 등에서 요구하는 개발사와 제조사에 준하는 엄격한 책무가 직접 적용되지는 않더라도, AI 기술과 서비스를 이용하는 이용자로서 또한 AI 생성물을 시청자에게 전달하는 배포자로서 관련 법률 위반 가능성에 대한 인지와 법령 준수 노력이 요구됨을 의미한다.

공정성과 다양성 원칙이 가장 많은 역기능에 대응한다는 점 역시 의미 있는 발견이다. 이는 AI 기술이 방송 콘텐츠의 제작과 유통 전반에 걸쳐 편향성과 다양성 저해의 위험을

내포하고 있음을 반영하는 것으로, 학습 데이터의 편향에서부터 알고리즘 큐레이션의 편향, 시장 구조의 양극화, 문화적 다양성의 제약에 이르기까지 다양한 층위에서 공정성과 다양성에 대한 주의가 요구됨을 보여준다.

반면, AI 기술 혜택에 대한 인식 원칙이 한 가지 역기능에만 대응하는 것은, 이 원칙이 역기능 방지보다는 기술의 순기능 활용 촉진에 초점을 두고 있기 때문이다. AI 기술의 도입과 활용이 방송 콘텐츠 제작의 효율성을 높이고 창의성을 증진하며 시청자 접근성을 개선하는 데 기여할 수 있다는 점을 인식하고, 기술적 변화에 대한 균형 잡힌 시각을 유지하는 것은 윤리 규범이 단순히 위험 방지에 그치지 않고 혁신과 책임의 조화를 추구해야 함을 의미한다는 점에서 중요하다.

결론적으로, 방송분야 AI 윤리 규범은 TOE 프레임워크에 기반하여 도출된 역기능 유형에 체계적으로 대응하는 여덟 가지 윤리원칙을 통해, 앞서 제시한 세 가지 핵심 목표—방송 신뢰도 확보, 투명성과 시청자 알권리 보호, 편집 책임성 명확화—를 실현하는 방향으로 구축될 필요가 있다. 이러한 원칙들은 방송통신위원회(현 방송미디어통신위원회)의 「이용자 중심의 지능정보사회를 위한 기본 원칙」, 범부처 「인공지능 윤리기준」, OECD와 UNESCO의 AI 윤리 권고 등 포괄적 AI 규범에서 제시된 보편적 가치를 방송분야에 적용한 것이며, 동시에 BBC, ABC, PBS 등 주요 공영방송사들의 가이드라인과 EBU, Public Media Alliance 등 방송사업자 연합체가 제시한 자율규범에서도 일관되게 확인되는 내용이다. 무엇보다 이러한 원칙들은 방송법 제1조가 지향하는 핵심 가치—방송의 자유와 독립 보장, 공적 책임 제고, 시청자 권익보호, 민주적 여론형성—를 AI 시대에도 지속적으로 유지하기 위한 규범적 기반을 제공한다.

4. 업계 자율규범 수립 체계

방송사업자는 AI 기술의 개발자가 아닌 사용자이자 AI 생성 콘텐츠의 배포자로서 고유한 지위를 갖는다. AI 기술이 방송 제작 전반에 확산되는 상황에서 개별 방송사의 대응만으로는 일관된 품질 기준과 시청자 신뢰를 확보하기 어려우므로, 한국방송협회, 한국케이블TV방송협회 등 업계 단체가 주축이 되어 방송분야 AI 활용에 관한 업계 표준의 자율규범을 수립할 필요가 있다. 업계 주도의 자율규범은 정부 규제와 달리 현장의 실무적 맥락

을 반영할 수 있고 기술 변화에 유연하게 대응할 수 있으며, 방송사업자들이 규범 형성 과정에 직접 참여함으로써 이행에 대한 자발적 동기를 확보할 수 있다는 장점이 있다.

이를 위해 방송분야 AI 활용의 윤리적 쟁점을 분석하고 산업의 자율적 대응 프로토콜을 수립하기 위한 업계 공동의 워킹그룹 운영이 필요하다. 워킹그룹은 지상파, 케이블, IPTV, OTT 등 다양한 플랫폼 사업자와 외주제작사, 관련 전문가가 참여하여 AI 기술 발전에 따라 방송 현장에서 발생하는 다양한 문제를 발굴하고 공유하는 역할을 수행한다. 딥페이크 영상의 뉴스 활용, 합성 음성을 이용한 내레이션, AI 뉴스 앵커 도입 등 새로운 기술 적용 사례에서 나타나는 윤리적·법적 쟁점을 체계적으로 파악하고, 방송법과 방송심의규정 등 현행 규범이 AI 생성 콘텐츠에 어떻게 적용되는지에 관한 업계 공통의 이해를 형성해 나가야 한다. 나아가 딥페이크 활용 시 공개 기준, 합성 음성 사용의 적정 범위, AI 앵커 도입 시 시청자 고지 방식 등 실무에서 직면하는 구체적 상황에 대한 판단 기준과 모범 사례를 담은 쟁점별 가이드선과 사례집을 마련하여 축적해 나가야 한다.

아울러 Public Media Alliance, EBU 등 해외 방송사업자 연합체의 모델을 참조하여 자율규제 사례를 공유하고 확산하기 위한 플랫폼 구축을 추진할 필요가 있다. 이러한 플랫폼은 개별 방송사가 마련한 AI 가이드라인, 윤리적 딜레마 상황에서의 판단 사례, 시청자 반응 및 피드백 등을 업계 전체가 공유할 수 있는 공간으로 기능하며, 특히 자체적으로 상세한 지침을 마련하기 어려운 중소 규모 지역방송사나 외주제작사가 대형 방송사의 경험과 노하우를 참고할 수 있도록 하여 업계 전반의 AI 윤리 역량을 상향 평준화하는 데 기여할 수 있다.

제 2절 기반 조성 차원의 과제

1. AI시대에 부합하는 방송사의 조직전환 지원

생성형 AI를 비롯한 인공지능 기술의 급격한 발전은 방송 제작 현장의 업무 방식에 근본적인 변화를 초래하고 있다. 그러나, AI 기술 도입의 성패는 개별 제작인력의 역량 향상만으로 결정되는 것이 아니라, 조직 차원에서 AI 기술의 가능성을 발굴하고 이를 제작 워크플로우에 체계적으로 통합하는 전환 역량에 달려 있다. 앞서 규범적 차원에서 논의한 바와 같이, AI 윤리규범의 실효성 확보를 위해서는 방송사 내부의 컴플라이언스 체계 구축, 책임체계 명확화, 지속적 개선 메커니즘 등 조직 수준의 대응이 필수적이다. 이러한 맥락에서 기반조성 지원은 개인 역량 개발을 넘어 조직전환 관점에서의 AI 기술 수용력 제고에 초점을 맞출 필요가 있다.

해외 주요 공영방송사들의 AI 도입 사례는 조직 차원의 전환 전략이 기술 활용의 성패를 좌우한다는 점을 명확히 보여준다. BBC는 2020년부터 2023년까지 3년간의 내재화 실험 연구를 통해 AI 기술의 뉴스룸 적용 방안을 모색¹⁸⁾하였으며, 2024년에는 최초의 AI 활용 편집 가이드라인과 AI 원칙을 내부에 배포하고 전 직원 대상 의무 AI 교육을 시행¹⁹⁾하였다. 특히, BBC News 내에 AI 혁신 및 뉴스룸 전환을 전담하는 부서를 신설하여, 시니어 에디터와 기술 전문가로 구성된 팀이 AI 기반 도구의 인큐베이터이자 디지털 전략 싱크탱크 역할을 수행하도록 하는 등 조직차원에서 AI기술의 수용에 대응하고 있다. BBC의 사례에서 주목할 점은 AI 도입을 단순한 기술적 편의가 아닌 제도적 정합, 인력 역량 강화, 조직문화적 적응을 요구하는 변혁적 힘으로 인식하고 있다는 것이다.

The New York Times 역시 2023년 12월 AI 이니셔티브 편집 디렉터 직책을 신설하고

18) Jones, B., & Jones, R. (2025). Action research at the BBC: Interrogating artificial intelligence with journalists to generate actionable insights for the newsroom. *Journalism*, 26(8), 1708-1725. <https://doi.org/10.1177/14648849251317150> (Original work published 2025)

19) BBC(2024). Our approach to Artificial Intelligence, <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/reports/policies/approach-to-ai/>

엔지니어, 제품 디자이너, 에디터 등 8인으로 구성된 전담팀을 운영하고 있으며, Reuters는 'Open Arena'라는 내부 도구를 통해 전사적 AI 실험을 장려하고 뉴스룸 워크플로우 전환과 고객 대면 플랫폼으로의 AI 통합이라는 전략을 추진하고 있다(A Cloud Tech, 2025. 11. 8.). EBU 역시 AI와 데이터를 공영미디어의 핵심 전략 의제로 설정하고 회원사 간 지식 공유와 협업을 위한 'AI and Data Initiative'를 운영하면서, 각 공영미디어가 자체적으로 AI에 대한 비판적 역량을 개발하고 전문성을 갖추도록 지원하는 데 주력하고 있다(EBU, 2020. 9. 28.).

국내 언론계의 AI 도입 현황을 살펴보면, 조직 차원의 전환 전략 부재가 기술 활용의 한계로 이어지는 사례가 빈번하게 관찰된다. 한국언론진흥재단의 2023년 조사에 따르면 응답에 참여한 4,250개 언론사 중 생성형 AI 활용 경험이 있는 언론사는 1.5%(65개)에 불과하였으며, 활용하지 않는 이유로는 저작권 침해 우려(31.9%), 진위 검증의 어려움(30.4%)과 같은 윤리적 책임과 관련된 이유를 지적했다(한국언론진흥재단, 2023). 이는 AI를 사용하는 개별 창작자나 직원이 감당하기에 어려운 윤리적 문제가 조직의 AI 기술 수용에 장애물로 작용하고 있음을 의미한다. AI 도입이 단순히 개인의 실험적인 사용을 넘어, 조직의 콘텐츠 생산 프로세스의 일부로 수용되기 위해서는 조직 문화, 업무 방식, 인력 운영 체계 전반에 변화가 필요하다.

AI 시대에 부합하는 방송사의 조직전환을 지원하기 위해서는 개별 제작인력 대상 교육을 넘어, 조직 전체의 AI 수용력을 제고하기 위한 맞춤형 커리큘럼 개발과 함께 각 방송사의 특성에 맞는 컨설팅이 병행되어야 한다. 조직전환 커리큘럼은 조직 내 다양한 계층과 역할을 고려한 차별화된 구성이 요구된다. 경영진 및 의사결정권자의 경우 AI 기술의 전략적 함의와 조직 변화 관리, 투자 의사결정, 윤리적·법적 리스크 관리 등에 관한 교육이 중심이 되어야 하며, 중간관리자 및 데스크를 대상으로는 AI 생성 콘텐츠의 검증 방법, 편집 가이드라인 적용, 제작 워크플로우 재설계, 팀 내 AI 활용 촉진 등에 관한 교육이 필요하다. 현장 제작인력의 경우에는 AI 리터러시 기초부터 생성형 AI 도구 활용법, AI 기반 영상 편집 및 후반작업 기술, 인간-AI 협업 워크플로우에 이르기까지 실습 중심의 교육이 요구된다.

커리큘럼 개발과 병행하여 개별 방송사의 특성과 여건에 맞는 맞춤형 컨설팅 지원이 이루어져야 한다. AI 도입 진단 및 전략 수립 컨설팅을 통해 각 방송사의 현재 기술 인프라,

인력 역량, 조직 문화 등을 진단하고 AI 도입의 우선순위 영역과 단계별 추진 전략을 수립 하도록 지원할 수 있다. 제작 워크플로우 재설계 컨설팅을 통해서도 AI 기술 도입에 따른 제작 프로세스의 변화를 설계하고 기존 업무 방식과의 통합 방안을 제시할 수 있으며, 내부 역량 강화 로드맵 수립 컨설팅을 통해 조직 내 AI 역량 격차를 분석하고 채용, 재교육, 외부 협력 등을 통한 역량 강화 방안을 제시할 수 있다. 대형 방송사에 비해 자원과 역량이 제한적인 중소 방송사 및 지역 방송사의 경우에는 공동 교육 프로그램 운영, 우수 사례 공유 플랫폼 구축, 지역 거점 교육센터 운영, 찾아가는 현장교육 등을 통해 교육 기회의 형평성을 제고할 필요가 있다.

조직전환의 맥락 하에서 개별 제작인력의 AI 시대 적응을 위한 직무전환 및 재배치 지원도 병행되어야 한다. 현재 한국방송통신전파진흥원(KCA)은 방송통신발전기금 지원사업의 일환으로 방송분야 인력 재교육 사업을 시행하고 있으며, 'AI·디지털 기반 방송프로그램 제작지원' 사업을 통해 방송콘텐츠 기획·제작 단계에서 AI 영상 제작, 디지털휴먼, AI 자동더빙 등 AI·디지털 기술 활용을 지원하고 있다. 한국전파진흥협회(RAPA)는 전파방송통신교육원과 AI·ICT 아카데미를 운영하며 '미디어 스킬업 캠프'를 통해 ICT 신기술 기반 콘텐츠 기획, 제작, 포스트 프로덕션, 글로벌 유통 등 실무 전 단계에 걸친 교육을 제공하고 있다. 이러한 기존 사업을 기반으로 조직전환 관점에서의 제작인력 직무전환 지원을 강화할 필요가 있으며, AI 리터러시 심화 교육, AI 기반 제작 도구 활용 실습, AI 협업 워크플로우 구축 역량 등을 포함하는 재교육 프로그램의 개발 및 운영이 요구된다.

〈표 4-4〉 현행 방송·미디어·콘텐츠 분야 인력 양성 교육 운영 현황

부처/실행기관	사업내역
과학기술정보통신부	[DX캠퍼스] AI 및 디지털 전환 인재 양성 - 신규 기술인력 양성 : 미디어 DX 캠퍼스 신설, 산업체 현장교육, 청년인재 인턴십 - 재직자 신기술 교육 : 미디어 DX 마스터 클래스 신설, AI·디지털기술 활용능력 개발

<p>방송통신발전기금 지원 현업인 대상 직무역량 강화 교육</p>	<p>[지역방송 AI제작 역량 강화] - 지역 융합인재 양성 및 AI 제작 환경 기반 조성을 위해 검증된 AI 솔루션을 활용한 AI제작 기술교육 및 실증 지원('25년 신설 예산) [방송미디어-현업인 대상 직무역량 강화교육] - 현업인의 직무 전문성 및 현장 대응능력 강화를 위해 방송미디어 제작 관련 신기술 교육, 직군별 직무 재교육, 공공의 교육 등 실시 [방송미디어-예비인력 양성] - 방송미디어 신산업(5G 연계 실감, 융합미디어 등)을 주도하는 현업방송인을 특성화고에 파견하여 예비인력을 미래 방송인으로 양성 - 참여 대학교에 현장 실무교육이 가능한 방송미디어 현업전문가를 멘토로 파견하여 예비인력을 글로벌 미디어산업 핵심인재로 양성 - 예비 인력이 글로벌 제작 트렌드에 맞는 방송 콘텐츠 제작기술을 습득할 수 있도록 산업체 현장에서 집중 교육 지원 - 방송분야 진출을 희망하는 예비인력에게 방송미디어 전문가의 토크콘서트, 직무 체험, 진로 상담, 콘테스트 과정을 통해 진로·직업 탐색 기회 제공</p>
<p>문화체육관광부</p>	<p>[산업에 필요한 융합형 인재 양성] - 분야별 전문인력 양성 : 신기술 콘텐츠, 문화기술 R&D 전문인력, OTT 특화, 수출 전문인력(번역인력 등) - 산학협력 기반 인재양성 : 선도기업 설계형, 지역기반(콘텐츠원캠퍼스), 예비창업자(창의인재동반)</p>

출처: DX캠퍼스 (<https://edu.rapa.or.kr/campus>), 과학기술정보통신부(2025.7.). 2025년도 예산 및 기금운용계획변경(국회확정 기준 사업설명자료), 한국전파진흥협회(2025). 전파방송통신 인재양성(<https://www.rapa.or.kr/ft/cn/cn05/list.do>), 한국콘텐츠진흥원(2025). 2026 지원사업설명회 자료집

2. 방송분야 특화 AI 윤리 전문가 양성

방송은 공적 책무를 수행하는 매체로서 정확성, 공정성, 다양성 등 고유한 가치체계를 기반으로 운영된다. AI 기술이 뉴스 제작, 콘텐츠 생성, 시청자 분석 등 방송의 핵심 영역에 도입됨에 따라, 이러한 기술 활용이 방송의 본질적 가치와 부합하는지를 판단하고 감독할 수 있는 전문 인력의 필요성이 대두되고 있다. 딥페이크, AI 앵커, 음성 합성, 자동화된 콘텐츠 생성 등 AI 기술의 방송 적용은 허위정보 확산, 출처 불명확성, 편향성 재생산, 저작권 침해 등 다양한 윤리적 쟁점을 수반하며, 이에 대한 전문적 판단과 대응 역량을 갖춘 인력이 방송사 내부에 배치되어야 할 필요가 있다.

방송분야 특화 AI 윤리 전문가는 방송법상 명시된 공적 책무와 편성 원칙에 대한 깊은 이해, AI 기술의 작동 원리와 한계에 대한 기술적 소양, 그리고 미디어 윤리와 저널리즘 원칙에 대한 전문 지식을 종합적으로 갖추어야 한다. 이들은 방송사 내부에서 AI 도구 도입 및 활용에 대한 사전 검토, 콘텐츠 제작 과정에서의 AI 활용 가이드라인 적용 감독, AI 생성 콘텐츠의 품질 및 윤리성 검증, 시청자 민원 및 윤리적 쟁점에 대한 전문 자문, 그리고 조직 내 AI 윤리 교육 및 인식 제고 등의 역할을 수행하게 된다. 이는 기존의 방송심사나 편성 데스크 기능을 AI 시대에 맞게 확장·보완하는 새로운 직무 영역이라 할 수 있다.

해외 주요 미디어 기관에서는 이미 AI 윤리 관련 전문 역량 강화를 위한 다양한 시도가 이루어지고 있다. BBC는 AI 원칙 발표를 통해 공익, 투명성, 신뢰를 AI 활용의 핵심 가치로 제시하고 전 직원 대상 의무 AI 교육을 시행하고 있으며, BBC R&D 내 '책임 있는 혁신 센터'는 AI가 뉴스 제작에 미치는 영향을 연구하고 저널리스트들이 AI 시스템에 대한 비판적 역량을 개발할 수 있도록 지원하는 역할을 수행한다. EBU는 'AI and Data Initiative'를 통해 회원사 간 AI 윤리 관련 지식 공유와 협업을 촉진하고 있으며, 'EBU Academy School of AI'²⁰⁾를 개설하여 공영미디어 종사자 대상 AI 도구 활용, 기술, 솔루션에 관한 대면 및 온라인 교육을 제공하고 있다. 미국에서는 CUNY Newmark J-School의 'AI Journalism Lab: Leadership Cohort'²¹⁾가 전 세계 저널리스트, 전략가, 경영진을 선발하여 AI 시대의 뉴스룸 리더십과 윤리적 AI 탐색에 관한 교육을 제공하고 있다.

국내 언론 분야에서는 2024년에 한국신문협회, 한국방송협회, 한국기자협회 등 주요 언론단체가 공동으로 '언론을 위한 생성형 인공지능(AI) 준칙'을 발표하였으며, 이 준칙은 인간의 관리와 감독, 책무성, 사실 확인과 검증, 투명성, 독립성 등을 AI 활용의 기본 원칙으로 제시하고 있다. 국제인공지능윤리협회(IAAE)는 방송기자연합회와 협력하여 기자 대상 '생성형 AI 저널리즘 윤리' 특강을 시행²²⁾하고 있으며, 한국언론진흥재단은 AI 윤리를 포함한 디지털저널리즘 역량강화 과정²³⁾을 운영하고 있다. 그러나 현재 AI 윤리 관련 교육은 다양한 기관에서 시행되고 있음에도 불구하고, 방송분야의 특수성을 반영한 전문가 양

20) <https://academy.ebu.ch/school-of-ai>

21) <https://www.journalism.cuny.edu/j-plus/ai-journalism-labs/>

22) <https://iaae.ai/edulist/?bmode=view&idx=168223758>

23) https://www.kpf.or.kr/eng/intropage/intropageShow.do?page_id=9d4e35852d90415db2c82bb03b1b0841

성 과정은 아직 체계화되지 않은 상태이다.

향후 방송분야 특화 AI 윤리 전문가 양성을 위해서는 방송법 및 관련 규정의 AI 시대 해석, AI 기술 기초 및 생성형 AI의 특성과 한계, 딥페이크·합성미디어 탐지 및 대응, AI 콘텐츠 투명성 표시 기준, 저작권 및 초상권 쟁점, 사례 기반 윤리적 의사결정 훈련 등을 포함하는 교육과정 개설이 필요하다. 교육과정은 기존 방송인력 재교육 체계인 KCA, RAPA 등의 사업과 연계하여 운영할 수 있으며, 한국언론진흥재단, 방송기자연합회 등 언론 분야 교육 기관과의 협력도 검토할 수 있다. EBU Academy School of AI 모델을 참고하여 대면 및 온라인 병행 교육, 실습 중심 과정 운영 등을 고려할 수 있으며, 실제 또는 가상의 사례를 활용한 윤리적 의사결정 시뮬레이션과 워크숍을 통해 현장 적용 역량을 강화하는 것이 바람직하다.

교육 이수자에 대한 자격 인증 체계를 마련하여 방송사별로 AI 윤리 전담 인력을 배치하도록 유도하는 방안도 검토할 수 있다. 이는 공정거래위원회의 '공정거래 자율준수프로그램 운영 및 유인 부여 등에 관한 규정'에 따른 공정거래 자율준수 프로그램과 유사한 접근으로, 방송사 내부에 AI 윤리 전문가를 배치하고 이들이 자율규범 이행을 지원하도록 하는 체계이다. 자격 인증 체계는 역량 수준에 따라 단계별로 구성하되, 급변하는 기술 환경에 대응할 수 있도록 정기적인 보수교육을 통해 역량을 지속적으로 갱신하도록 해야 한다. 다만 자격 인증이 경직된 규제로 작용하지 않도록 유연한 운영이 필요하며, 각 방송사의 규모와 특성에 맞게 AI 윤리 전문가의 역할과 배치 형태를 다양화할 수 있도록 해야 한다.

참 고 문 헌

국내 문헌

- 곽동균 외(2024). 생성형 AI가 미디어 분야에 미칠 영향, KISDI Premium Report, 정보통신정책연구원
- 길대호, 박종범, 현병환. (2025). TOE 프레임워크 기반 생성형 인공지능 도입이 조직성과에 미치는 영향연구 -공공기관중심으로-. 한국산학기술학회 논문지, 26(7), 132-147.
- 김숙(2021). 크리에이터, 대세와 직업 그 사이. 방송 트렌드&인사이트 제29호, 한국콘텐츠진흥원
- 박혁태(2024). AI가 이끄는 콘텐츠 산업혁명, 현재와 미래. KOCCA FOCUS, 통권 166호, 한국콘텐츠진흥원
- 반옥숙, 이운주(2024). 방송영상산업 AI 활용 현황과 전망. KOCCA FOCUS, 통권 168호, 한국콘텐츠진흥원
- 방송과학기술(2025.04.02.) KBS, ‘AI 방송 원년’ 선언. 방송제작에 AI 활용 늘어, 방송과학기술 방송통신기술SC(2025.06.25). 방송현장 ‘생성형AI’ 어디까지 왔을까? , 방송통신기술SC 이슈 리포트 <https://kfict.or.kr/upload/comm/175132878176738.pdf>
- 성시훈 (2023. 4.) MBC의 미디어AI 서비스, 방송과 미디어 제28권 2호. <https://www.kibme.org/resources/journal/20230504103656525.pdf>
- 유고은(2023) 파업으로 멈춘 할리우드 미국만의 문제일까, KOCCA 방송영상 트렌드 인사이트, Vol.36.
- 유성(2024.10) AI 시대를 대비하는 SBS :혁신과 미래를 위한전략, 한국방송통신전파진흥원 미디어 이슈&트렌드 Vol.64.
- 이동준(2024) 국내 방송·미디어의 AI 기술 활용과 미래, 한국방송통신전파진흥원 미디어 이슈&트렌드 Vol.64.
- 이성중, 윤미현 and 조인수. (2025). 스마트팩토리 고도화 도입의도 영향 요인 탐색 - TOE 프레임워크를 중심으로 -*. 한국생산관리학회지, 36(1), 93-112.

이승엽(2025.04). 소라(Sora) 이후 동영상 생성형 AI 서비스 출시 동향. 미디어&이슈리포트, Vol.67, 한국방송통신전파진흥원.

전종우, 김동일, 이대현(2023). TOE 프레임워크를 통한 온라인 연극 공연의 가능성 탐구. 문화와융합, 45(3), 937-948.

정순기(2023). 디지털 시대, 미디어 일자리 전망과 시사점, 미디어 이슈&트렌드 vol.59, 한국방송통신전파진흥원.

정은진, 김예빈(2024). 방송영상산업에서의 생성형 AI 활용과 시사점. KISDI 동향, No.3, 정보통신정책연구원.

한국언론진흥재단(2024). 해외 언론의 생성AI 활용 사례와 시사점. 미디어정책리포트, 2024년 6호.

한국콘텐츠진흥원(2024). K-콘텐츠 산업의 ‘굿 파트너’ 생성형 AI, N콘텐츠 매거진 Vol.32.

한정훈(2024). AI와 버추얼 프로덕션은 현재다. 미디어&이슈리포트, Vol.62, 한국방송통신전파진흥원.

허문호, 전종우(2023). 클래식음악의 온라인 공연 가능성: TOE 프레임워크를 중심으로. 사회과학논집, 54(2), 91-115.

기사

A Cloud Tech(2025.11.8.). 톱슨 로이터의 Open Arena로 실현한 무코드 기반 AI 활용 혁신, A-Cloud Tech.
<https://blog.a-cloud.co.kr/2025/11/08/%ED%86%B0%EC%8A%A8-%EB%A1%9C%EC%9D%B4%ED%84%B0%EC%9D%98-open-arena%EB%A1%9C-%EC%8B%A4%ED%98%84%ED%95%9C-%EB%AC%B4%EC%BD%94%EB%93%9C-%EA%B8%B0%EB%B0%98-ai-%ED%99%9C%EC%9A%A9-%ED%98%81%EC%8B%A0/>

AI매터스(2024.11.11.). 생성형 AI가 콘텐츠 시장의 지형도를 바꾼다… 플랫폼 · 창작자 · 이용자에 미치는 영향은?, AI 매터스.

IGLOO(2023.07.05.). 인공지능(AI), 전문가들은 왜 위험하다고 할까?, IGLOO

KBS(2023.05.16.). KBS, KOBA에서 멀티캠 영상 제작 솔루션 '버티고' 선보여, KBS 매거진 앤 콘텐츠
https://mylovekbs.kbs.co.kr/index.html?source=mylovekbs&sname=mylovekbs&stype=magazine&contents_id=70000000400068

KBS (2025.3.14.). 프로그램 제작도 AI로... “KBS, 국내 첫 방송 제작에 AI 도입”, KBS 뉴스
<https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=8190945>

KBS(2025.3.3.). KBS, AI기술 적용한 방송 프로그램 선보여, KBS 뉴스
<https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=8190216>

KBS(2025.3.4.). KBS, ‘인공지능(AI) 방송 원년’ 선포...신입사원 공채 재개, KBS 뉴스
<https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=8190959>

KBS(2025.3.4.). <전설의 고향> AI로 환생... KBS, ‘AI 방송 원년’ 선언, KBS 뉴스

PD저널(2024.02.07.) 콘텐츠업계 일자리 빼앗는 AI, 살아남는 직종 있다, PD저널
[https://www.pdjournal.com/news/articleView.html?idxno=75697](https://www.pdjjournal.com/news/articleView.html?idxno=75697)

SBS 뉴스 페이스북 릴스 (n.d.). 버스에서 숨진 여성...몸에는 '아이폰 26대', Facebook Reels.
<https://www.facebook.com/share/r/1Cn7R2892c/>

김미경(2025.04.03.) AI번역 넘어 AI 더빙으로 글로벌 두드리는 K-콘텐츠, 디지털타임스

김병관(2023.09.13.) 더 쉽고 빠르고 값싸게 가져뉴스 '똑딱'...정치·경제 위협 가속
 [심층기획-AI 앞에 선 민주주의], 세계일보

김세희(2024.02.22.) [친절한 뉴스K] “가짜 얼굴에 속아 수백억 날렸다” ...선거까지 뒤흔든 ‘딥페이크’, KBS뉴스

김중우(2023.04.12.) “‘더 글로리’ 대사도 자동 번역“...영어 애먹던 구글팬의 ‘반전’ [기스], 한국경제.

김태현(2025.07.09.) '공식적으로 인류 일자리 첫 소멸 사례'... '서프라이즈' AI 재연 영상 도입 그 이후, 우먼센스

노지민(2025.07.27.) AI가 대체한 재연, 고지 제각각...KBS “AI 가이드라인 준비”, 미디어오늘.

미디어오늘(2024.07.18.), “제작비 때문에...” 배우 대신 AI 쓴 MBC ‘심야괴담회’ 도마에,
 미디어오늘. <https://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=319560>

방송과학기술(2024.04.09.) [인터뷰] 유 성 SBS 미디어기술연구소 부장, 방송과학기술.

서예림(2024.06.25.) “저작권 침해 당해” 美 대형 음반업체들, 음악 생성 AI 업체 소송, The AI.

심우섭 (2025. 8. 4) 버스에서 갑자기 사망한 20대…몸에 지니고 있던 26대의 아이폰, SBS.
https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1008204287

안상현(2024.03.15.) “월급 단돈 60만원…” 제주도 홍보하는 제이나 아나운서, 조선일보
안성원(2022.07.25.) 인공지능의 악용 사례, 딥페이크 기술과 과제, 소프트웨어정책연구소
연합뉴스(2021. 9.30.), ‘아나운서랑 똑같네’…여수MBC, AI 뉴스 서비스 개시, 연합뉴스
<https://www.yna.co.kr/view/AKR20210930136900054>

오동현(2025.01.21.) AI가 영화 대본 쓰고 웹툰도 그리고…'AI 보조작가' 납시오, 뉴시스
온라인팀(2025.04.13.) AI 대체가능성 큰 직업은?…“창의력 필요한 직군도 대체율 높아” ,
디지털 투데이.

윤유경(2025. 8. 7.) AI, 지역생존 해법 될까…지역MBC 8개사 공동 프로젝트, 미디어 오늘.
이정국 (2024. 7. 31.) ‘FM 영화음악’ 고 정은임 아나운서 목소리, 20년 만에 AI로 부활,
한겨레. https://www.hani.co.kr/arti/culture/culture_general/1151551.html

장윤희(2024.06.25.) 시민 절반 “알고리즘 추천 영상 편향성 걱정된다” , 데이터숨.

정주원(2023.01.02.) 60대 최민식이 확 젊어졌다?…30대 연기 가능하게 한 ‘비결’ , 매일경제.

한만혁(2024.11.29.) [AI와 미래] AI 창작 콘텐츠, 법적·윤리적 도전과 해결 과제, 동아일보.

한정훈(2024.02.07.) 콘텐츠업계 일자리 빼앗는 AI, 살아남는 직종 있다, PD 저널.

황지선(2023.12.27.) PD 없는 방송국? ‘세계 최초’ AI가 제작한 프로그램…클레온, MBC에
AI PD 구현 기술 제공, 미래경제뉴스.

해외 문헌

DigitalDefynd(2025) 20 Ways Netflix Is Using Artificial Intelligence <DigitalDfynd>

EBU(2020.9.28.) AI and Data Initiative 2020: Embracing Change,

https://www.ebu.ch/publications/strategic/members_only/report/ai-and-data-initiative-2020-embracing-change

Jones, B., & Jones, R. (2025). Action research at the BBC: Interrogating artificial intelligence with journalists to generate actionable insights for the newsroom. *Journalism*, 26(8), 1708-1725. <https://doi.org/10.1177/14648849251317150> (Original work published 2025)

Maggie Harrison Dupre(2023.05.22.) Seemingly AI-Generated Image of Pentagon Explosion Caused Stock Market to Dip <THE_BYTE>

Megan Cerullo(2024.04.19) Air Canada chatbot costs airline discount it wrongly offered customer <CBS NEWS>

웹사이트

BBC Oriel 프로젝트 <https://www.bbc.co.uk/rdnewslabs/projects/oriel>

CJ 올리브네트웍스 <Vision AI> 기술 https://www.cjolivenetworks.co.kr/tech/ai_vision

Cuestión Pública 홈페이지 <https://cuestionpublica.com/sabemos-lo-que-hiciste/>

EBU는 Academy School of AI 홈페이지 <https://academy.ebu.ch/school-of-ai>

MBC 심야괴담회 홈페이지 https://program.imbc.com/BBS/horror5?bbs_id=horror5_bbs

OECD AI원칙 홈페이지, <https://www.oecd.org/en/topics/ai-principles.html>

로이터 커넥트 홈페이지 <https://www.bbc.co.uk/rdnewslabs/projects/oriel>

미국 CUNY Newmark J-School의 'AI Journalism Lab: Leadership Cohort' 홈페이지 <https://www.journalism.cuny.edu/j-plus/ai-journalism-labs/>

관련법령 및 가이드라인

New York State Legislature. Assembly Bill A8887B. New York State Senate. <https://www.nysenate.gov/legislation/bills/2025/A8887/amendment/B>

Federal Trade Commission (FTC). (2024.08.14). Federal Trade Commission announces final rule banning fake reviews and testimonials. Federal Trade Commission. <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2024/08/federal-trade-commission-announces-final-rule-banning-fake-reviews-testimonials>

OECD. OECD AI principles. OECD. <https://www.oecd.org/en/topics/ai-principles.html>

Public Media Alliance (PMA). Public Service Media & AI: Public media AI guidelines. Public Media Alliance.
<https://www.publicmediaalliance.org/resources/public-service-media-and-generative-ai/-ai/>

Rhode Island General Assembly. Senate Bill 816. Rhode Island General Assembly.
<https://legiscan.com/RI/text/S0816/id/3257092>

New York State Legislature. Senate Bill S8420A. New York State Senate.
<https://www.nysenate.gov/legislation/bills/2025/S8420/amendment/A>

North Carolina General Assembly. House Bill 375. North Carolina General Assembly.
<https://legiscan.com/NC/text/H375/id/3172987>

NPR. Special section: Generative artificial intelligence. NPR Ethics Handbook.
<https://www.npr.org/about-npr/1205385162/special-section-generative-artificial-intelligence>

PBS. Applying standards to generative AI tools. PBS Standards.
<https://www.pbs.org/standards/blogs/standards-memos/applying-standards-to-generative-ai-tools/>

Federal Communications Commission (FCC). (2024). Disclosure and transparency of artificial intelligence-generated content in political advertisements. Federal Communications Commission. <https://docs.fcc.gov/public/attachments/FCC-24-74A1.txt>

European Broadcasting Union (EBU). (n.d.). Generative AI and public service media. European Broadcasting Union.
<https://www.ebu.ch/guides/open/report/generative-ai-public-service-media>

BBC. BBC AI transparency. BBC.
<https://www.bbc.co.uk/supplying/working-with-us/ai-transparency/>

BBC. Guidance: The use of artificial intelligence. BBC Editorial Guidelines.
<https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance/use-of-artificial-intelligence>

European Broadcasting Union (EBU). AI regulation: Are public service media's needs being met? European Broadcasting Union.
<https://www.ebu.ch/guides/open/report/ai-regulation-public-service-media-analysis>

NHK. (2025). NHK broadcasting guidelines 2025. NHK.

<https://www.nhk.or.jp/info/pr/bc-guideline/assets/pdf/guideline2025.pdf>

CBC. Our approach to artificial intelligence. CBC.

<https://cbc.radio-canada.ca/en/vision/governance/approach-to-artificial-intelligence>

ABC. ABC AI principles. ABC. <https://www.abc.net.au/about/abc-ai-principles/104036790>

ABC. Using AI tools in ABC content. ABC.

<https://www.abc.net.au/edpols/using-ai-tools-in-abc-content/104367478>

별첨. EU의 「AI 책임 지침(안)」 전문

원문	번역문
<p>Article 1 Subject matter and scope</p> <p>1.This Directive lays down common rules on:</p> <p>(a)the disclosure of evidence on high-risk artificial intelligence (AI) systems to enable a claimant to substantiate a non-contractual fault-based civil law claim for damages;</p> <p>(b)the burden of proof in the case of non-contractual fault-based civil law claims brought before national courts for damages caused by an AI system.</p> <p>2.This Directive applies to non-contractual fault-based civil law claims for damages, in cases where the damage caused by an AI system occurs after [the end of the transposition period].</p> <p>This Directive does not apply to criminal liability.</p> <p>3.This Directive shall not affect:</p> <p>(a)rules of Union law regulating conditions of liability in the field of transport;</p> <p>(b)any rights which an injured person may have under national rules implementing Directive 85/374/EEC;</p> <p>(c)the exemptions from liability and the due diligence obligations as laid down in [the Digital Services Act] and</p>	<p>제1조 적용대상 및 범위</p> <p>1. 본 지침은 다음에 관한 공통 규칙을 규정한다:</p> <p>(a) 고위험 인공지능(AI) 시스템에 관한 증거 공개로서, 청구인이 손해배상에 대한 비계약상 과실 기반 민사법상 청구를 입증할 수 있도록 하는 것</p> <p>(b) AI 시스템으로 인한 손해에 대해 국내 법원에 제기된 비계약상 과실 기반 민사법상 청구의 경우 입증책임</p> <p>2. 본 지침은 AI 시스템으로 인한 손해가 [전치기간 종료] 이후에 발생한 경우의 손해배상에 대한 비계약상 과실 기반 민사법상 청구에 적용된다.</p> <p>본 지침은 형사책임에는 적용되지 않는다.</p> <p>3. 본 지침은 다음을 침해하지 않는다:</p> <p>(a) 운송 분야의 책임 조건을 규율하는 유럽연합법 규칙</p> <p>(b) 지침 85/374/EEC를 이행하는 국내 규칙에 따라 피해자가 가질 수 있는 권리</p> <p>(c) [디지털서비스법]에 규정된 책임 면제 및 주의의무</p>

<p>(d) national rules determining which party has the burden of proof, which degree of certainty is required as regards the standard of proof, or how fault is defined, other than in respect of what is provided for in Articles 3 and 4.</p> <p>4. Member States may adopt or maintain national rules that are more favourable for claimants to substantiate a non-contractual civil law claim for damages caused by an AI system, provided such rules are compatible with Union law.</p>	<p>(d) 제3조 및 제4조에서 규정하는 것 외에, 입증책임을 지는 당사자, 입증기준과 관련하여 요구되는 확실성의 정도, 또는 과실의 정의 방법을 결정하는 국내 규칙</p> <p>4. 회원국은 AI 시스템으로 인한 손해에 대한 비계약상 민사법상 청구를 입증하는 데 청구인에게 더 유리한 국내 규칙을 채택하거나 유지할 수 있다. 단, 그러한 규칙이 유럽연합법과 양립할 수 있어야 한다.</p>
<p>Article 2 Definitions</p> <p>For the purposes of this Directive, the following definitions shall apply:</p> <p>(1) ‘AI system’ means an AI system as defined in [Article 3 (1) of the AI Act];</p> <p>(2) ‘high-risk AI system’ means an AI system referred to in [Article 6 of the AI Act];</p> <p>(3) ‘provider’ means a provider as defined in [Article 3 (2) of the AI Act];</p> <p>(4) ‘user’ means a user as defined in [Article 3 (4) of the AI Act];</p> <p>(5) ‘claim for damages’ means a non-contractual fault-based civil law claim for compensation of the damage caused by an output of an AI system or the failure of such a system to produce an output where such an output should have been produced;</p> <p>(6) ‘claimant’ means a person bringing a claim for damages that:</p>	<p>제2조 정의</p> <p>본 지침의 목적상 다음 정의가 적용된다:</p> <p>(1) ‘AI 시스템’은 [AI법 제3조 제1항]에서 정의된 AI 시스템을 의미한다.</p> <p>(2) ‘고위험 AI 시스템’은 [AI법 제6조]에서 언급된 AI 시스템을 의미한다.</p> <p>(3) ‘제공자’는 [AI법 제3조 제2항]에서 정의된 제공자를 의미한다.</p> <p>(4) ‘사용자’는 [AI법 제3조 제4항]에서 정의된 사용자를 의미한다.</p> <p>(5) ‘손해배상청구’는 AI 시스템의 출력 또는 그러한 출력이 생성되어야 했던 경우 시스템이 출력을 생성하지 못함으로 인한 손해의 배상을 위한 비계약상 과실 기반 민사법상 청구를 의미한다.</p> <p>(6) ‘청구인’은 다음에 해당하는 손해배상청구를 제기하는 자를 의미한다:</p>

<p>(a) has been injured by an output of an AI system or by the failure of such a system to produce an output where such an output should have been produced;</p> <p>(b) has succeeded to or has been subrogated to the right of an injured person by virtue of law or contract; or</p> <p>(c) is acting on behalf of one or more injured persons, in accordance with Union or national law.</p> <p>(7) ‘potential claimant’ means a natural or legal person who is considering but has not yet brought a claim for damages;</p> <p>(8) ‘defendant’ means the person against whom a claim for damages is brought;</p> <p>(9) ‘duty of care’ means a required standard of conduct, set by national or Union law, in order to avoid damage to legal interests recognised at national or Union law level, including life, physical integrity, property and the protection of fundamental rights.</p>	<p>(a) AI 시스템의 출력 또는 그러한 출력이 생성되어야 했던 경우 시스템이 출력을 생성하지 못함으로 인해 피해를 입은 자</p> <p>(b) 법률 또는 계약에 의해 피해자의 권리를 승계했거나 대위한 자</p> <p>(c) 유럽연합법 또는 국내법에 따라 한 명 이상의 피해자를 대리하여 행동하는 자</p> <p>(7) ‘잠재적 청구인’은 손해배상청구를 고려하고 있지만 아직 제기하지 않은 자연인 또는 법인을 의미한다.</p> <p>(8) ‘피고’는 손해배상청구가 제기된 상대방을 의미한다.</p> <p>(9) ‘주의의무’는 생명, 신체적 완전성, 재산 및 기본권 보호를 포함하여 국내법 또는 유럽연합법 차원에서 인정되는 법익에 대한 손해를 피하기 위해 국내법 또는 유럽연합법에 의해 설정된 필요한 행동 기준을 의미한다.</p>
<p>Article 3 Disclosure of evidence and rebuttable presumption of non-compliance</p> <p>1. Member States shall ensure that national courts are empowered, either upon the request of a potential claimant who has previously asked a provider, a person subject to the obligations of a provider pursuant to [Article 24 or Article 28(1) of the AI Act] or a user to disclose relevant evidence at its disposal about a specific high-risk AI system that is suspected of having caused damage, but was refused, or a claimant, to order the disclosure of such evidence from those persons.</p>	<p>제3조 증거 공개 및 불이행 추정</p> <p>1. 회원국은 국내 법원이 다음의 경우 증거 공개를 명령할 권한을 갖도록 보장해야 한다:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 잠재적 청구인이 손해를 야기한 것으로 의심되는 특정 고위험 AI 시스템에 대해 제공자, [AI법 제24조 또는 제28조 제1항]에 따른 제공자 의무의 대상이 되는 자, 또는 사용자에게 보유 중인 관련 증거의 공개를 요청했으나 거부당한 경우, 그 잠재적 청구인의 신청에 따라

<p>In support of that request, the potential claimant must present facts and evidence sufficient to support the plausibility of a claim for damages</p> <p>2. In the context of a claim for damages, the national court shall only order the disclosure of the evidence by one of the persons listed in paragraph 1, if the claimant has undertaken all proportionate attempts at gathering the relevant evidence from the defendant.</p> <p>3. Member States shall ensure that national courts, upon the request of a claimant, are empowered to order specific measures to preserve the evidence mentioned in paragraph 1.</p> <p>4. National courts shall limit the disclosure of evidence to that which is necessary and proportionate to support a potential claim or a claim for damages and the preservation to that which is necessary and proportionate to support such a claim for damages.</p> <p>In determining whether an order for the disclosure or preservation of evidence is proportionate, national courts shall consider the legitimate interests of all parties, including third parties concerned, in particular in relation to the protection of trade secrets within the meaning of Article 2(1) of Directive (EU) 2016/943 and of confidential information, such as information related to public or national security.</p>	<p>- 청구인의 신청에 따라, 그 신청을 뒷받침하기 위해 잠재적 청구인은 손해배상청구의 개연성을 뒷받침하기에 충분한 사실과 증거를 제시해야 한다.</p> <p>2. 손해배상청구의 맥락에서 국내 법원은 청구인이 피고로부터 관련 증거를 수집하기 위한 모든 비례적 시도를 다한 경우에만 제1항에 열거된 자 중 하나로부터 증거 공개를 명령해야 한다.</p> <p>3. 회원국은 국내 법원이 청구인의 신청에 따라 제1항에 언급된 증거를 보존하기 위한 특정 조치를 명령할 권한을 갖도록 보장해야 한다.</p> <p>4. 국내 법원은 증거 공개를 잠재적 청구 또는 손해배상청구를 뒷받침하는 데 필요하고 비례적인 것으로, 보존을 그러한 손해배상청구를 뒷받침하는 데 필요하고 비례적인 것으로 제한해야 한다.</p> <p>증거 공개 또는 보존 명령이 비례적인지 여부를 결정함에 있어 국내 법원은 특히 지침 (EU) 2016/943 제2조 제1항의 의미 내에서 영업비밀의 보호 및 공공 또는 국가 보안과 관련된 정보와 같은 기밀 정보와 관련하여 제3자를 포함한 모든 당사자의 정당한 이익을 고려해야 한다.</p>
--	--

<p>Member States shall ensure that, where the disclosure of a trade secret or alleged trade secret which the court has identified as confidential within the meaning of Article 9(1) of Directive (EU) 2016/943 is ordered, national courts are empowered, upon a duly reasoned request of a party or on their own initiative, to take specific measures necessary to preserve confidentiality when that evidence is used or referred to in legal proceedings.</p> <p>Member States shall also ensure that the person ordered to disclose or to preserve the evidence mentioned in paragraphs 1 or 2 has appropriate procedural remedies in response to such orders.</p> <p>5. Where a defendant fails to comply with an order by a national court in a claim for damages to disclose or to preserve evidence at its disposal pursuant to paragraphs 1 or 2, a national court shall presume the defendant's non-compliance with a relevant duty of care, in particular in the circumstances referred to in Article 4(2) or (3), that the evidence requested was intended to prove for the purposes of the relevant claim for damages.</p> <p>The defendant shall have the right to rebut that presumption.</p> <p>Article 4 Rebuttable presumption of a causal link in the case of fault</p>	<p>회원국은 법원이 지침 (EU) 2016/943 제9조 제1항의 의미 내에서 기밀로 식별한 영업비밀 또는 영업비밀 주장의 공개가 명령되는 경우, 국내 법원이 당사자의 정당한 이유가 있는 요청에 따라 또는 직권으로 그 증거가 법적 절차에서 사용되거나 언급될 때 기밀성을 보전하기 위해 필요한 특정 조치를 취할 권한을 갖도록 보장해야 한다.</p> <p>회원국은 또한 제1항 또는 제2항에 언급된 증거를 공개하거나 보전하도록 명령받은 자가 그러한 명령에 대응하여 적절한 절차적 구제책을 갖도록 보장해야 한다.</p> <p>5. 피고가 손해배상청구에서 제1항 또는 제2항에 따라 보유 중인 증거를 공개하거나 보전하라는 국내 법원의 명령을 준수하지 않는 경우, 국내 법원은 관련 손해배상청구의 목적상 요청된 증거가 입증하려고 했던, 특히 제4조 제2항 또는 제3항에 언급된 상황에서의 관련 주의의무에 대한 피고의 불이행을 추정해야 한다.</p> <p>피고는 그 추정을 반박할 권리를 갖는다.</p> <p>제4조 과실의 경우 인과관계 추정</p>
--	--

1. Subject to the requirements laid down in this Article, national courts shall presume, for the purposes of applying liability rules to a claim for damages, the causal link between the fault of the defendant and the output produced by the AI system or the failure of the AI system to produce an output, where all of the following conditions are met:

- (a) the claimant has demonstrated or the court has presumed pursuant to Article 3(5), the fault of the defendant, or of a person for whose behaviour the defendant is responsible, consisting in the non-compliance with a duty of care laid down in Union or national law directly intended to protect against the damage that occurred;
- (b) it can be considered reasonably likely, based on the circumstances of the case, that the fault has influenced the output produced by the AI system or the failure of the AI system to produce an output;
- (c) the claimant has demonstrated that the output produced by the AI system or the failure of the AI system to produce an output gave rise to the damage.

1. 본 조에 규정된 요건에 따라, 국내 법원은 손해배상청구에 책임 규칙을 적용하는 목적상 다음 조건이 모두 충족되는 경우 피고의 과실과 AI 시스템이 생성한 출력 또는 AI 시스템이 출력을 생성하지 못한 것 사이의 인과관계를 추정해야 한다:

- (a) 청구인이 입증했거나 법원이 제3조 제5항에 따라 추정할, 발생한 손해에 대한 보호를 직접 의도한 유럽연합법 또는 국내법에 규정된 주의의무를 준수하지 않은 피고 또는 피고가 책임을 지는 자의 행위로 구성된 과실
- (b) 사건의 상황에 기초하여 과실이 AI 시스템이 생성한 출력 또는 AI 시스템이 출력을 생성하지 못한 것에 영향을 미쳤을 것으로 합리적으로 간주될 수 있는 경우
- (c) 청구인이 AI 시스템이 생성한 출력 또는 AI 시스템이 출력을 생성하지 못한 것이 손해를 야기했다는 것을 입증한 경우

2. In the case of a claim for damages against a provider of a high-risk AI system subject to the requirements laid down in chapters 2 and 3 of Title III of [the AI Act] or a person subject to the provider's obligations pursuant to [Article 24 or Article 28(1) of the AI Act], the condition of paragraph 1 letter (a) shall be met only where the complainant has demonstrated that the provider or, where relevant, the person subject to the provider's obligations, failed to comply with any of the following requirements laid down in those chapters, taking into account the steps undertaken in and the results of the risk management system pursuant to [Article 9 and Article 16 point (a) of the AI Act]:

- (a) the AI system is a system which makes use of techniques involving the training of models with data and which was not developed on the basis of training, validation and testing data sets that meet the quality criteria referred to in [Article 10(2) to (4) of the AI Act];
- (b) the AI system was not designed and developed in a way that meets the transparency requirements laid down in [Article 13 of the AI Act];
- (c) the AI system was not designed and developed in a way that allows for an effective oversight by natural persons during the period in which the AI system is in use pursuant to [Article 14 of the AI Act];

2. [AI법 제3편 제2장 및 제3장]에 규정된 요건의 적용을 받는 고위험 AI 시스템의 제공자 또는 [AI법 제24조 또는 제28조 제1항]에 따른 제공자 의무의 대상이 되는 자에 대한 손해배상청구의 경우, 제1항 (a)호의 조건은 [AI법 제9조 및 제16조 (a)호]에 따른 위험 관리 시스템에서 수행된 단계와 결과를 고려하여 신청인이 제공자 또는 해당하는 경우 제공자 의무의 대상이 되는 자가 해당 장에 규정된 다음 요건 중 하나를 준수하지 않았다는 것을 입증한 경우에만 충족된다:

- (a) AI 시스템이 데이터로 모델을 훈련시키는 기법을 사용하는 시스템이면서 [AI법 제10조 제2항 내지 제4항]에 언급된 품질 기준을 충족하는 훈련, 검증 및 테스트 데이터 세트를 기반으로 개발되지 않은 경우
- (b) AI 시스템이 [AI법 제13조]에 규정된 투명성 요건을 충족하는 방식으로 설계 및 개발되지 않은 경우
- (c) AI 시스템이 [AI법 제14조]에 따라 AI 시스템이 사용되는 기간 동안 자연인에 의한 효과적인 감독을 허용하는 방식으로 설계 및 개발되지 않은 경우

(d)the AI system was not designed and developed so as to achieve, in the light of its intended purpose, an appropriate level of accuracy, robustness and cybersecurity pursuant to [Article 15 and Article 16, point (a), of the AI Act]; or

(e)the necessary corrective actions were not immediately taken to bring the AI system in conformity with the obligations laid down in [Title III, Chapter 2 of the AI Act] or to withdraw or recall the system, as appropriate, pursuant to [Article 16, point (g), and Article 21 of the AI Act].

3.In the case of a claim for damages against a user of a high-risk AI system subject to the requirements laid down in chapters 2 and 3 of Title III of [the AI Act], the condition of paragraph 1 letter (a) shall be met where the claimant proves that the user:

(a)did not comply with its obligations to use or monitor the AI system in accordance with the accompanying instructions of use or, where appropriate, suspend or interrupt its use pursuant to [Article 29 of the AI Act]; or

(b)exposed the AI system to input data under its control which is not relevant in view of the system' s intended purpose pursuant to [Article 29(3) of the Act].

4.In the case of a claim for damages concerning a high-risk AI system, a national court shall not apply the presumption laid down in paragraph 1 where the defendant demonstrates that sufficient evidence and expertise is reasonably accessible for the claimant to prove the causal link mentioned in paragraph 1.

(d) AI 시스템이 [AI법 제15조 및 제16조 (a)호]에 따라 의도된 목적에 비추어 적절한 수준의 정확성, 견고성 및 사이버 보안을 달성하도록 설계 및 개발되지 않은 경우

(e) [AI법 제16조 (g)호 및 제21조]에 따라 AI 시스템을 [제3편 제2장]에 규정된 의무에 적합하게 하거나 적절한 경우 시스템을 철회 또는 회수하기 위한 필요한 교정 조치가 즉시 취해지지 않은 경우

3. [AI법 제3편 제2장 및 제3장]에 규정된 요건의 적용을 받는 고위험 AI 시스템의 사용자에게 대한 손해배상청구의 경우, 제1항 (a)호의 조건은 청구인이 사용자가 다음을 입증하는 경우에 충족된다:

(a) [AI법 제29조]에 따라 사용 설명서에 따라 AI 시스템을 사용하거나 모니터링하거나 적절한 경우 사용을 중단 또는 중지할 의무를 준수하지 않은 경우

(b) [법 제29조 제3항]에 따라 시스템의 의도된 목적을 고려할 때 관련이 없는 통제 하의 입력 데이터에 AI 시스템을 노출시킨 경우

4. 고위험 AI 시스템과 관련된 손해배상청구의 경우, 피고가 제1항에 언급된 인과관계를 입증하기 위해 청구인이 합리적으로 접근할 수 있는 충분한 증거와 전문지식이 있다는 것을 입증하는 경우 국내 법원은 제1항에 규정된 추정을 적용하지 않는다.

5. In the case of a claim for damages concerning an AI system that is not a high-risk AI system, the presumption laid down in paragraph 1 shall only apply where the national court considers it excessively difficult for the claimant to prove the causal link mentioned in paragraph 1.
6. In the case of a claim for damages against a defendant who used the AI system in the course of a personal, non-professional activity, the presumption laid down in paragraph 1 shall apply only where the defendant materially interfered with the conditions of the operation of the AI system or if the defendant was required and able to determine the conditions of operation of the AI system and failed to do so.
7. The defendant shall have the right to rebut the presumption laid down in paragraph 1.

Article 5 Evaluation and targeted review

1. By [DATE five years after the end of the transposition period], the Commission shall review the application of this Directive and present a report to the European Parliament, to the Council and to the European Economic and Social Committee, accompanied, where appropriate, by a legislative proposal.

5. 고위험 AI 시스템이 아닌 AI 시스템과 관련된 손해배상청구의 경우, 제1항에 규정된 추정은 국내 법원이 청구인이 제1항에 언급된 인과관계를 입증하는 것이 과도하게 어렵다고 판단하는 경우에만 적용된다.
6. 개인적, 비전문적 활동 과정에서 AI 시스템을 사용한 피고에 대한 손해배상청구의 경우, 제1항에 규정된 추정은 피고가 AI 시스템의 작동 조건에 실질적으로 간섭했거나 피고가 AI 시스템의 작동 조건을 결정할 의무가 있고 그렇게 할 수 있었음에도 그렇게 하지 않은 경우에만 적용된다.
7. 피고는 제1항에 규정된 추정을 반박할 권리를 갖는다.

제5조 평가 및 목표 검토

1. [전치기간 종료 후 5년]까지 위원회는 본 지침의 적용을 검토하고 적절한 경우 입법 제안을 수반하여 유럽의회, 이사회 및 유럽경제사회위원회에 보고서를 제출해야 한다.

<p>2.The report shall examine the effects of Articles 3 and 4 on achieving the objectives pursued by this Directive. In particular, it should evaluate the appropriateness of no-fault liability rules for claims against the operators of certain AI systems, as long as not already covered by other Union liability rules, and the need for insurance coverage, while taking into account the effect and impact on the roll-out and uptake of AI systems, especially for SMEs.</p> <p>3.The Commission shall establish a monitoring programme for preparing the report pursuant to paragraphs 1 and 2, setting out how and at what intervals the data and other necessary evidence will be collected. The programme shall specify the action to be taken by the Commission and by the Member States in collecting and analysing the data and other evidence. For the purposes of that programme, Member States communicate the relevant data and evidence to the Commission, by [31 December of the second full year following the end of the transposition period] and by the end of each subsequent year.</p>	<p>2.보고서는 본 지침이 추구하는 목표 달성에 대한 제3조 및 제4조의 효과를 검토해야 한다. 특히 다른 유럽연합 책임 규칙에 의해 이미 다루어지지 않는 한 특정 AI 시스템 운영자에 대한 청구를 위한 무과실 책임 규칙의 적절성과 보험 적용의 필요성을 평가해야 하며, 특히 중소기업에 대한 AI 시스템의 전개 및 채택에 미치는 영향을 고려해야 한다.</p> <p>3.위원회는 제1항 및 제2항에 따른 보고서를 준비하기 위한 모니터링 프로그램을 수립하여 데이터 및 기타 필요한 증거가 수집되는 방법과 간격을 명시해야 한다. 프로그램은 데이터 및 기타 증거의 수집 및 분석에서 위원회와 회원국이 취해야 할 조치를 명시해야 한다. 그 프로그램의 목적상 회원국은 [전치기간 종료 후 두 번째 완전한 연도의 12월 31일]까지 그리고 그 후 매년 말까지 관련 데이터와 증거를 위원회에 전달한다.</p>
<p>Article 6 Amendment to Directive (EU) 2020/1828</p> <p>In Annex I to Directive (EU) 2020/1828 40 , the following point (67) is added:</p> <p>“(67) Directive (EU) …/… of the European Parliament and of the Council of … on adapting non contractual civil liability rules to artificial intelligence (AI Liability Directive) (OJ L …, …, p. …).“.</p>	<p>제6조 지침 (EU) 2020/1828의 개정</p> <p>지침 (EU) 2020/1828의 부록 I에 다음 (67)호를 추가한다:</p> <p>“(67) 인공지능에 대한 비계약상 민사책임 규칙의 적용에 관한 유럽의회 및 이사회 지침 (EU) …/… (AI 책임 지침) (OJ L …, …, p. …).“</p>

<p>Article 7 Transposition</p> <p>1. Member States shall bring into force the laws, regulations and administrative provisions necessary to comply with this Directive by [two years after the entry into force] at the latest. They shall forthwith communicate to the Commission the text of those provisions.</p> <p>When Member States adopt those provisions, they shall contain a reference to this Directive or be accompanied by such a reference on the occasion of their official publication. Member States shall determine how such reference is to be made.</p> <p>2. Member States shall communicate to the Commission the text of the main provisions of national law which they adopt in the field covered by this Directive.</p>	<p>제7조 전치</p> <p>1. 회원국은 늦어도 [발효 후 2년]까지 본 지침을 준수하는 데 필요한 법률, 규정 및 행정 규정을 발효시켜야 한다. 회원국은 그 규정의 조문을 위원회에 즉시 통보해야 한다.</p> <p>회원국이 그 규정을 채택할 때 그 규정은 본 지침에 대한 언급을 포함하거나 공식 공포 시 그러한 언급을 수반해야 한다. 회원국은 그러한 언급이 이루어지는 방법을 결정해야 한다.</p> <p>2. 회원국은 본 지침이 다루는 분야에서 채택하는 국내법의 주요 규정의 조문을 위원회에 통보해야 한다.</p>
<p>Article 8 Entry into force</p> <p>This Directive shall enter into force on the twentieth day following that of its publication in the Official Journal of the European Union.</p>	<p>제8조 발효</p> <p>본 지침은 유럽연합 관보에 공포된 날로부터 20일째 되는 날에 발효한다.</p>
<p>Article 9 Addressees</p> <p>This Directive is addressed to the Member States.</p>	<p>제9조 수신자</p> <p>본 지침은 회원국을 대상으로 한다.</p>

* 상기의 번역은 참고용으로 정확한 법적 해석은 원문 확인 필요.

원문출처: 유럽집행위원회 홈페이지,

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52022PC0496#footnote24>.

별첨. Ofcom의 방송사업자를 위한 권고 주요내용

원문	번역문
<p>Note to Broadcasters Synthetic media (including deepfakes) in broadcast programming</p> <p>“Synthetic media“ is an umbrella term for video, image, text, or voice that has been generated in whole or in part by artificial intelligence algorithms. Synthetic media has become increasingly prevalent online and has also been used in virtual reality, augmented reality, gaming, and other forms of digital media. It is also used in marketing, advertising, and the entertainment industry, including in filmmaking and broadcasting. As this type of technology continues to grow and evolve at a rapid rate, synthetic media is likely to become more prevalent in broadcast content.</p> <p>In line with the right to freedom of expression, we recognize the benefits such technologies can bring to both broadcasters and audiences. There are clear benefits to broadcasters who can use this technology, for example the potential to increase audience engagement through the creation of content that would be difficult or impossible to achieve with traditional media. However, the use of this technology also poses challenges to broadcasters and potential risks to audiences. For example, “deepfake“ software can replace a person in an existing image or video with someone else’s likeness with realistic results. The use of deepfake software has grown exponentially and it poses a number of challenges for broadcasters, these include:</p>	<p>방송사업자를 위한 권고 방송 프로그램 내 합성 미디어(딥페이크 포함)</p> <p>“합성 미디어“는 인공지능 알고리즘에 의해 전체 또는 부분적으로 생성된 비디오, 이미지, 텍스트 또는 음성을 통칭하는 포괄적 용어다. 합성 미디어는 온라인상에서 점점 더 널리 사용되고 있으며, 가상현실, 증강현실, 게임 및 기타 형태의 디지털 미디어에서도 활용되고 있다. 또한 마케팅, 광고, 그리고 영화 제작과 방송을 포함한 엔터테인먼트 산업에서도 사용되고 있다. 이러한 유형의 기술이 빠른 속도로 지속적으로 성장하고 발전함에 따라, 합성 미디어는 방송 콘텐츠에서 더욱 널리 사용될 가능성이 높다.</p> <p>표현의 자유에 대한 권리에 따라 이러한 기술이 방송사업자와 시청자 모두에게 가져다 줄 수 있는 이익을 인정한다. 방송사업자가 이 기술을 사용할 때 얻을 수 있는 명확한 이익이 있다. 예를 들어, 전통적인 미디어로는 달성하기 어렵거나 불가능한 콘텐츠를 제작하여 시청자 참여도를 높일 수 있는 잠재력을 제공한다. 그러나 이 기술의 사용은 방송사업자에게 과제를 제기하고 시청자에게 잠재적 위험을 초래하기도 한다. 예를 들어, “딥페이크“ 소프트웨어는 기존 이미지나 비디오에서 한 사람을 다른 사람의 모습으로 현실적인 결과와 함께 대체할 수 있다. ‘딥페이크’ 소프트웨어의 사용이 기하급수적으로 증가하고 있으며, 방송사업자들에게 다음과 같은 여러 과제를 제기하고 있다:</p>

<p>Misinformation and disinformation: synthetic media could be used to create fake news, propaganda and other forms of disinformation that can spread quickly online, leading to challenges for broadcast journalists in authenticating footage from online sources.</p>	<p>허위정보 및 가짜정보: 합성 미디어는 가짜 뉴스, 선전 및 기타 형태의 가짜정보를 만드는 데 사용될 수 있으며, 이는 온라인상에서 빠르게 확산되어 방송 기자들이 온라인 소스의 영상을 검증하는 데 어려움을 겪게 한다.</p>
<p>Trust and credibility degradation: with the rise of deepfakes and other synthetic media, audiences may find it difficult to trust the authenticity of content and audiences could potentially be harmed if it is not apparent they are watching footage that is deepfake.</p>	<p>신뢰성 및 신용도 저하: 딥페이크 및 기타 합성 미디어의 등장으로 시청자들은 콘텐츠의 진정성을 신뢰하기 어려워할 수 있으며, 자신들이 보고 있는 영상이 '딥페이크'라는 것이 명확하지 않을 경우 시청자들이 잠재적으로 피해를 입을 수 있다.</p>
<p>Fairness and Privacy: audiences could mistake deepfake footage of a real person in a way that could result in unfairness to them or potentially unwarrantedly infringe their privacy.</p>	<p>공정성과 사생활보호: 시청자들이 실제 인물의 '딥페이크' 영상을 잘못 인식할 경우, 해당 인물에게 불공정한 결과를 초래하거나 그들의 사생활을 부당하게 침해할 가능성이 있다.</p>
<p>Ofcom is confident that the existing rules within the Broadcasting Code will protect audiences from the potential harms that might arise through the use of synthetic media. For example, depending on the context, the relevant rules could include (but would not be limited to):</p>	<p>Ofcom은 방송 규정 내 기존 규칙들이 합성 미디어 사용으로 발생할 수 있는 잠재적 피해로부터 시청자를 보호할 것이라고 확신한다. 예를 들어, 상황에 따라 관련 규칙들에는 다음이 포함될 수 있다(단, 이에 국한되지 않음):</p>
<p>Section Two (Harm and Offense): rules to protect audiences from potential harm and offense and from material which may be materially misleading (Rules 2.1, 2.2 and 2.3);</p>	<p>제2장(피해 및 불쾌감): 잠재적 피해와 불쾌감으로부터 시청자를 보호하고 실질적으로 오해를 불러일으킬 수 있는 자료로부터 보호하는 규칙 (규칙 2.1, 2.2, 2.3);</p>
<p>Section Five (due impartiality and due accuracy): ensures news content is reported with due accuracy (Rule 5.1);</p>	<p>제5장(적절한 공정성 및 적절한 정확성): 뉴스 콘텐츠가 적절한 정확성을 가지고 보도되도록 보장 (규칙 5.1);</p>
<p>Section Seven (Fairness): includes a set of practices which ensure that broadcasters avoid unjust or unfair treatment of individuals</p>	<p>제7장(공정성): 방송사업자가 프로그램에서 개인이나 조직에 대한 부당하거나 불공정한 대우를 피하도록 보장하는 관행들; 그리고</p>

<p>or organizations in programs; and</p> <p>Section Eight (privacy): includes a set of practices which ensure that broadcasters avoid any unwarranted infringement of privacy in programs and in connection with obtaining material included in programs.</p> <p>Ofcom emphasizes that, consistent with broadcasters' right to freedom of expression and audiences' right to receive information and ideas, it is fundamental that both broadcasters and audiences can explore new and emerging technologies – including synthetic media – as they become an increasing part of our daily lives.</p> <p>However, Ofcom would like to remind all its licensees of their ongoing responsibility to comply with the Broadcasting Code in order to protect audiences from harm and maintain the high levels of trust in broadcast news as well as to ensure individuals and organizations are not treated unfairly and/or their privacy is not unwarrantedly infringed.</p> <p>We would therefore advise all licensees to consider carefully whether their compliance processes need to be adapted or developed to account for the potential risks involved in the use of synthetic media technologies to create broadcast content.</p>	<p>제8장(사생활보호): 방송사업자가 프로그램에서 그리고 프로그램에 포함된 자료를 입수하는 과정에서 부당한 사생활 침해를 피하도록 보장하는 관행들.</p> <p>Ofcom은 방송사업자의 표현의 자유에 대한 권리와 시청자의 정보와 아이디어를 받을 권리에 부합하게, 방송사업자와 시청자 모두가 합성 미디어를 포함한 신기술들을 탐구할 수 있다는 것이 기본적이라고 강조한다. 이러한 기술들이 우리 일상생활의 점점 더 큰 부분을 차지하게 되고 있기 때문이다.</p> <p>그러나 Ofcom은 모든 허가권자들에게 시청자를 피해로부터 보호하고 방송 뉴스에 대한 높은 수준의 신뢰를 유지하며, 개인과 조직이 불공정하게 대우받지 않고/또는 그들의 사생활이 부당하게 침해되지 않도록 보장하기 위해 방송 규정을 준수할 지속적인 책임이 있음을 상기시키고자 한다.</p> <p>따라서 모든 허가권자들에게 방송 콘텐츠를 제작하기 위한 합성 미디어 기술 사용과 관련된 잠재적 위험을 고려하여 자신들의 준수 절차를 조정하거나 개발할 필요가 있는지 신중히 검토할 것을 권고한다.</p>
---	---

* 상기의 번역은 참고용으로 정확한 법적 해석은 원문 확인 필요.

원문출처: Ofcom, Note to Broadcasters - Synthetic media (including deepfakes) in broadcast programming, 2023, Ofcom Broadcasting Code 관련 안내문
<https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/about-ofcom/bulletins/broadcast-bulletins/2023/issue-471/note-to-broadcasters-synthetic-media-including-deepfakes-.pdf?v=329464>

● 저 자 소 개 ●

천 혜 선

- 이화여자대학교 신문방송학과 졸업
- 이화여자대학교 신문방송학과 석사
- 뉴욕주립대학교 커뮤니케이션 박사
- 현 디지털산업정책연구소 연구위원

이 현 주

- 서울여자대학교 영어영문과 졸업
- 성균관대학교 신문방송학과 석사
- 조지아주립대학교 저널리즘 석사
- 뉴욕주립대학교 커뮤니케이션 박사
- 현 디지털산업정책연구소 연구위원

이 수 연

- 한국외국어대학교 경영학과 졸업
- 한국외국어대학교 경영학과 석사
- 한양대학교 경영학과 박사수료
- 현 디지털산업정책연구소 책임연구원

김 나 은

- 한양대학교 신문방송학과 졸업
- 한국항공대학교 경영학과 석사과정
- 현 디지털산업정책연구소 연구원

서 정 식

- 중앙대학교 신문방송학과 졸업
- 현 디지털산업정책연구소 연구원

방송통신융합 정책연구 KMCC-2025-26

AI기술을 활용한 방송 콘텐츠 제작 현황 분석
및 신뢰도 확보 방안 연구

2025년 12월 31일 인쇄

2025년 12월 31일 발행

발행인 방송미디어통신위원회 위원장

발행처 방송미디어통신위원회

경기도 과천시 관문로 47

정부과천청사 2동

TEL: 02-2110-1323

Homepage: www.kmcc.go.kr
