

10장

생성형 AI 영상이 불러온 콘텐츠 제작 환경의 혁신과 소셜 플랫폼의 책임

생성형 AI 영상은 개인 창작자와 소셜 플랫폼의 콘텐츠·광고 제작 역량을 비약적으로 강화하는 동시에, 콘텐츠 진위와 사회적 신뢰를 훼손시키는 구조적 위험을 증폭시키고 있다. 소셜 미디어 플랫폼은 연령 인증 강화, 워터마킹·라벨링 의무화 등 강도 높은 규제와 플랫폼 책임 강화를 요구하는 압력에 직면해 있다. 향후 이들의 미래는 생성형 AI 콘텐츠에 대한 책임·통제·투명성을 얼마나 선제적으로 확보하느냐에 달려 있다.

핵심 내용 요약 (Executive Summary)

▷ 생성형 AI 영상의 부상과 콘텐츠 생산 구조 변화

- 생성형 AI 영상이 헐리우드급 품질에 근접하며 저비용·고효율 대량 제작이 가능
- 독립 창작자의 제작 역량이 확대되며, 소셜 플랫폼은 속풀 콘텐츠와 광고 시장의 영향력 강화

▷ 전통 미디어·광고 시장의 경쟁 구도 재편

- 전통 미디어는 생성형 AI의 도입에 신중하지만, 장기적으로 제작비 절감 가능성에 주목
- 소셜 플랫폼은 생성형 AI를 활용해 광고 테스트·성과 측면에서 경쟁 우위 확보
- 광고주는 제작보다 실험과 성과 최적화에 예산을 집중하는 방향으로 전환

▷ 사회적 신뢰 훼손과 플랫폼 책임 이슈 부상

- 합성 영상 확산으로 영상 증거의 신뢰도 하락
- 가짜 뉴스·조작 영상·정치적 허위 정보 등 사회적 혼란 리스크 확대
- 워터마킹, AI 라벨링, 출처 추적 등 플랫폼 책임 강화 요구 증가

▷ 규제 환경 변화와 산업 질서의 재조정

- 미국·유럽을 중심으로 연령 인증, AI 콘텐츠 라벨링, 플랫폼 책임 강화 등의 규제 본격화 전망
- CDA 230조 재검토 등 플랫폼 면책 구조에 대한 논의 확대
- 플랫폼의 선제 대응 여부가 향후 법적 리스크와 컴플라이언스 부담을 좌우할 핵심 변수

생성형 AI 영상이 헐리우드급 품질에 근접함으로써, 독립 영상 제작의 폭발적 성장과 함께 소셜 비디오 플랫폼에 대한 더 강력한 규제 대응이 촉발될 수 있다.

전설의 생물 사스콰치(sasquatch, 빅풋)의 셀프카메라부터 동화 속 공주들의 연애 조언, 진짜일 수도 가짜일 수도 있는 속보 뉴스까지, 창의적이면서 때로는 우려스러운 생성형 비디오가 소셜미디어 피드를 빠르게 채우며 이용자의 시선을 끌기 위해 경쟁하고 있다. 현실이 그 어느 때보다 강력한 가상 경쟁 상대를 만난 셈이다.

생성형 비디오를 활용하면 독립 창작자들은 더 적은 비용으로 더 많은 콘텐츠를 제작할 수 있고, 소셜미디어 플랫폼은 강력한 솔루션 엔터테인먼트를 제공해 디지털 광고 시장에서 더 많은 점유율을 확보할 수 있다. 하지만 이와 동시에 이용자들을 압도하고 진정성을 훼손하는 부작용을 낳고, 이를 억제하려는 규제 움직임을 촉발할 수 있다.

누구나 사실처럼 보이는 영상을 만들어 수백만 명에게 뉴스나 브랜디드 콘텐츠(branded contents)*, 팬픽션(fan fiction)** 등 다양한 형태로 퍼뜨릴 수 있고, 이를 이용한 사기와 갈취, 허위 정보의 의도적 유포가 가능해졌다. 이처럼 생성형 비디오의 오남용 위험이 증대함에 따라 규제의 칼날이 더욱 날카로워질 수 있다.

* 브랜디드 콘텐츠(branded contents)는 광고주가 자신의 브랜드·제품·가치를 직접적으로 노출하기보다, 이야기·정보·엔터테인먼트 요소에 자연스럽게 녹여 전달하는 콘텐츠 형식을 의미한다. 전통적 광고처럼 구매를 촉구하기보다, 브랜드와 소비자 간의 정서적 연결과 신뢰 형성을 목적으로 한다.

** 팬픽션(fan fiction)은 기존 작품의 세계관·캐릭터·설정 등을 차용해 팬이 자발적으로 창작한 2차 창작 서사 콘텐츠를 의미한다. 원작의 빈틈을 확장하거나, 대안적 전개·관계·결말을 상상함으로써 소비자에서 창작자로의 전환을 보여주는 대표적 문화 현상이다.

딜로이트는 2026년에 미국에서 생성형 비디오에 대한 규제 대응이 촉발될 수 있다고 전망한다. 그 과정에서 연령 인증 요구를 강화하는 주(州) 정부가 늘어나고, 플랫폼이 사용자 게시물의 법적 책임에서 상당 부분 면책되는 근거가 되는 통신품위법(CDA, Communications Decency Act)의 섹션 230 조항에 대한 연방 차원의 재검토가 이뤄질 수 있다.¹ 또한 소셜 플랫폼에 게시되는 AI 생성 콘텐츠에 대한 라벨링(labeling)*이 의무화될 수 있다.² 이러한 규제 움직임은 이미 뉴욕, 테네시, 유타 등 일부 주에서 시작됐으며, 미국 연방대법원은 미시시피 주의 소셜미디어 연령 인증 법안에 대한 이의 제기를 심리하지 않기로 결정했다.³ 유럽연합(EU)의 디지털서비스법(DSA, Digital Services Act)도 ‘효과적인 연령 검증 방법’을 포함하고 있다.⁴ 2026년에는 미국 중간선거가 예정된 만큼, 소셜 플랫폼들은 보유한 AI 및 데이터 역량을 적극 활용해 생성형 콘텐츠 관리를 강화하라는 압력을 받을 수 있다. 이미 일부 플랫폼은 이를 위한 기술적 조치를 강화하고 있다.⁵

* 라벨링(labeling)은 데이터·콘텐츠·제품·시스템 등에 성격·출처·속성·의미를 식별할 수 있는 정보를 명시적으로 부여하는 행위 또는 체계를 의미한다. 디지털·AI 환경에서는 콘텐츠의 생성 주체, 생성 방식(AI 여부), 용도, 위험 수준을 구분하기 위한 신뢰 장치로 활용된다.

한편 생성형 AI가 방대한 양의 비디오를 쏟아냄에 따라, 이러한 비디오를 대규모로 관리·감독하는 콘텐츠 조정(moderation) 기술의 발전이 가속화될 가능성이 크다. 규제기관은 이러한 기술적 노력이 온라인상의 위해 요소를 얼마나 효과적으로 완화하는지 면밀히 들여다볼 것이다. 플랫폼 또한 참여도 감소, 수익화 축소, 컴플라이언스 부담 증가 등 잠재적 리스크를 주시하면서 대응 전략을 조정해야 한다.

개인 창작자의 성장에 도움 되는 생성형 툴

생성형 비디오 모델은 고품질 영상과 오디오를 단 몇 초 만에 실제 콘텐츠와 거의 구분되지 않을 정도로 자연스럽게 만들어낼 수 있다.⁶ 이러한 사용 편의성과 비용 효율성 덕분에 창작자들은 실패 위험을 크게 낮춘 채 더 과감한 실험을 시도하고, 소셜 비디오라는 극도로 경쟁적인 시장에서 창의적 아이디어를 빠르게 테스트할 수 있다.

생성형 AI 기술만으로 30분짜리 TV 프로그램이나 2시간 분량의 영화를 만드는 것은 아직 어렵지만, 인터넷 밍(meme)*을 그대로 구현한 고품질 광고 영상과 같은 소셜용 콘텐츠를 만들기에는 충분하다.⁷ 오히려

이러한 제약이야말로 생성형 비디오가 할리우드보다 개인 창작자와 소셜 플랫폼에서 먼저 확산되는 배경이 되고 있다. 짧은 길이, 빠른 편집, 셀프카메라 기반 연출 등 소셜 콘텐츠와 맞아 떨어지는 특징 덕분에, 플랫폼 이용자들도 오픈 소스 기반 무료 엔터테인먼트의 품질에 대해 상대적으로 관대하다.

* 인터넷 밍(meme)은 인터넷에서 급속도로 확산되어 사회적 문화의 형태로 자리 잡은 소셜 아이디어, 활동, 트렌드 등을 뜻한다. 이미지·영상·문구·행동 양식 등 문화적 요소가 이용자간 모방·변형·재전파를 통해 빠르게 확산되는 디지털 문화 단위로, 단일 콘텐츠가 아니라 반복과 변주를 통해 진화하는 집단적 표현 형식이라는 점이 핵심이다.

합성 콘텐츠 제작에 적용되는 생성형 툴은 전체 프로덕션 스택을 대체하는 기술이라기보다, 수많은 미시 작업(micro-task)을 제거하고 제작 시간을 압축해 소규모 팀이 더 많은 결과물을 만들어낼 수 있게 하는 도구로 자리 잡고 있다. 생성형 AI와 비디오 툴을 활용하면 콘텐츠 제작·배포·측정 과정 전반에서 미시 작업을 줄이고, 제작 시간과 비용을 줄일 수 있다.⁸ 이를 통해 창작자들은 소셜 플랫폼 알고리즘에 맞춰 빠른 게시 주기를 유지하고 일정한 콘텐츠 생산량을 확보해, 팔로워와의 관계를 끊기지 않게 하는 데 큰 도움을 받을 수 있다.

대다수 생성형 AI 툴은 스크립트 기반 자동 영상 생성이나 원클릭(one-click) 클립 생성*처럼 시간과 비용을 절약하는 기능에 초점을 맞춘다.⁹ 이러한 기능을 활용하면 여러 버전을 빠르게 테스트해 특정 시청자층이

나 알고리즘에 더 잘 맞는 방식을 찾아낼 수 있다. 또한 창작자 본인의 AI 아바타를 만들어 시청자의 피로도를 줄이면서도 참여를 유지하고, 나아가 대규모 개인화도 할 수 있다.¹⁰ 이러한 기능은 생성형 광고에 활발히 적용되고 있다.¹¹

* 원클릭(one-click) 클립 생성은 장시간 영상(full-length video)에서 하이라이트·요약·숏폼용 클립을 사용자의 추가 편집 없이 한 번의 클릭만으로 자동 추출·생성하는 기술을 의미한다. AI가 영상의 맥락, 화자, 감정 반응, 시청 패턴 등을 분석해, 플랫폼에 최적화된 짧은 클립을 자동으로 제작한다.

생성형 AI는 비(非)생성형 콘텐츠의 편집 속도도 높여준다. 화자의 발언 사이 ‘음...’ 같은 군더더기 표현이나 정적을 제거하고, 불량 촬영본을 수정하고, 흔들린 카메라를 안정화하고, 불필요한 공백을 자동 제거하기도 한다.¹² 다국어 더빙 툴은 시청 가능 지역을 넓혀 광고 수익과 참여도 향상을 이끌 수 있다.¹³

이처럼 창작자 스튜디오는 아이디어 발굴, 콘텐츠 생산, 타깃 시청자층 공략, 성과 측정, 반복 개선을 훨씬 빠르게 수행할 수 있다. 이는 콘텐츠 제작을 둘러싼 경제적 구조를 재편함으로써 콘텐츠의 폭발적 증가를 촉발할 수 있다. 공급이 늘어나면서 경쟁이 더 치열해지고, 이는 다시 더 창의적인 콘텐츠를 자극하는 선순환이 형성되는 것이다.

할리우드와 소셜 플랫폼 모두를 위협하는 생성형 비디오

딜로이트의 ‘2025 미디어·엔터테인먼트 전망’(2025 Media and Entertainment Outlook)에 따르면, 대형 제작사들은 생성형 비디오를 실험적으로 도입하고 있지만 실제 제작에 본격 활용하는 것은 여전히 주저하고 있다. 프리미엄 콘텐츠 브랜드가 합성 미디어로 인해 손상될 위험이 있을 뿐 아니라, 제작 스텝진과의 갈등도 무시할 수 없기 때문이다. 2023년 11개월간 지속된 할리우드 배우 및 방송인 노동조합(SAG-AFTRA) 파업 당시 노조 측이 생성형 AI의 제작 사용을 제한할 것을 요구한 바 있다.¹⁴ 하지만 과도한 제작비 부담에 시달리는 할리우드 제작사들은 장기적으로는 생성형 AI가 이러한 부담을 덜어주기를 바랄 가능성이 크다.¹⁵

뿐만 아니라 전통적 제작사와 스트리밍 서비스는 광고비 경쟁에서 더 큰 압박을 받고 있다.¹⁶ 일부 할리우드 제작사가 하락세에 접어든 선형 TV(linear TV, 정해진 편성표에 따라 콘텐츠를 실시간으로 일방 송출) 광고 손실을 막고 광고 사업을 커넥티드 TV와 스트리밍 플랫폼으로 이전하려는 동안, 소셜 플랫폼이 디지털 광고 수익을 빠르게 빼앗아가고 있다. 실제로 광고주 지출은 스트리밍 서비스보다 소셜 플랫폼에서 훨씬 더 빠른 속도로 증가하고 있다.¹⁷

생성형 AI가 콘텐츠를 빠르게 제작할 뿐더러 특정 소비자 및 이용자 세그먼트가 반응하는 콘텐츠를 빠르게 예측할 수 있기 때문에, 디지털 광고의 지형이 근본적으로 재편되고 있다.¹⁸ 소셜 플랫폼은 간단한 프롬프트만

으로 수천 개의 광고를 자동 생성해 각각의 버전에 미세한 차이를 준 후, 어떤 버전이 가장 큰 성과를 거두는지 즉시 테스트할 수 있다.¹⁹ 이에 따라 광고주는 제작비보다 테스트에 더 많은 비용을 투자하게 됐다. 성과가 가장 높은 버전을 선택하기만 하면 효율을 극대화할 수 있기 때문이다. 그 결과, 소셜 플랫폼은 광고 시장에서 경쟁 우위를 더욱 강화하고 있다.²⁰

그러나 생성형 비디오 활용이 확산되면 소셜 플랫폼 역시 더 큰 위험에 직면할 수 있다. 콘텐츠 양이 기하급수적으로 늘어나면서 이를 제공 및 관리해야 하는 부담이 커질 것이며, 일부 콘텐츠는 저작권 침해나 더 심각한 문제 영역에 놓일 가능성이 있다. 또한 AI 슬롭(AI slop)*에 대한 피로감과 함께, 소셜 미디어 성장의 핵심 자산이었던 ‘진정성’이 빠르게 훼손될 위험도 있다.

*AI 슬롭(AI slop)은 생성형 AI를 통해 대량으로 자동 생산되었으나 품질·의미·신뢰도가 낮고 반복적이며 피로감을 유발하는 저품질 콘텐츠를 의미한다.겉보기에는 그럴듯하지만 정보 가치나 서사적 밀도가 부족해, 이용자의 주의력과 신뢰를 소모시키는 문제가 있다.

2025년 초에 실시된 미국 소비자의 생성형 미디어에 대한 인식 조사²¹에서 응답자 64%는 소셜 미디어에서 확산되는 생성형 비디오가 위험하다고 답했다. 76%는 온라인 콘텐츠 제작자는 생성형 AI 사용 여부를 투명하게 공개해야 한다고 답했으며, 53%는 생성형 AI를 사용하는 제작자는 ‘진정성이 없다’고 느낀다고 답했다.

하지만 1년이 지난 지금, 생성형 비디오 기술이 한층 발전했고 소셜 플랫폼 내 생성형 콘텐츠의 양 또한 급증했다. 생성형 비디오는 현실과 거의 구분되지 않을 정도로 빠르게 발전하고 있으며, 머지않아 위험성을 넘어선 영역까지 진입할 수 있다. 이는 규제 강화를 촉발함과 동시에, 악의적 행위자에게도 강력한 도구를 안겨주는 결과가 될 수도 있다. 생성형 모델은 범죄자가 AI로 사람을 정교하게 사칭하는 데 활용할 수 있어 사기 우려가 커지고 있다.²² 사스콰치의 셀프카메라 같은 재미를 유발하는 수준에 그치지 않고, 불특정 다수에게 영향력을 행사하는 선전 행위, 사기 및 탈취, 정치적 허위정보, 음모론적 콘텐츠 양산에 악용될 위험이 크다. 또한 영상 증거를 신뢰할 수 없게 되면 법적 절차도 흔들릴 수 있다. 하지만 엄격한 규제가 마련되거나 시청자가 대거 이탈하거나 징벌적 조치가 가해지지 않는 한 소셜 플랫폼이 이러한 악의적 행위를 스스로 통제할 유인은 여전히 부족한 실정이다.

생성형 미디어 확산이 초래할 사회적 혼란과 소셜 플랫폼의 책임

합성 미디어, AI 슬롭, 비즈니스 모델 붕괴보다 더 큰 문제는 사회적 혼란이다. 누구나 현실과 구분하기 어려운 영상을 만들고 유통할 수 있게 되면서 영상 증거 자체가 더 이상 신뢰할 만한 진실의 역할을 하지 못하게 된다. 가짜 뉴스 피드, 유명인 목격 영상, 조작된 정치적 실수, 거짓 경고 등 첨단 생성형 비디오들을 살펴보면, 머지않아 대규모 사회적 혼란이 발생할 위험이 매우 크다.

이러한 위험에 선제적으로 대응하려면, 소셜 플랫폼이 워터마킹(watermarking)*, AI 라벨링, 콘텐츠 출처(provenance) 추적 기능을 개발 및 통합해야 한다. 이는 플랫폼에 업로드 되거나 플랫폼에서 생성되는 모든 콘텐츠(광고 포함)의 출처 및 진위를 확인할 수 있는 핵심 기술이 될 것이다. 필연적으로 반복될 정치적 조작과 소비자 기만 행위에 따른 피해를 막기 위해 규제 당국이 플랫폼과 협력해 생성형 콘텐츠에 더 강력한 안전장치를 마련할 것이며, 이 과정에서 라벨링과 워터마킹 의무화 조치가 필요해질 수 있다.

* 워터마킹(watermarking)은 이미지·영상·음성·문서 등 디지털 콘텐츠에 육안으로 보이거나 보이지 않는 형태의 식별 정보를 삽입해 출처·진위·권한을 확인할 수 있도록 하는 기술을 의미한다. 생성형 AI 환경에서는 특히 AI 생성 여부, 제작 주체, 위·변조 여부를 추적하기 위한 신뢰 기술로 주목받고 있다.

소셜 플랫폼이 선제적으로 대응하지 못한다면 미국에서는 플랫폼이 사용자 게시물의 법적 책임에서 상당 부분 면책되는 근거가 되는 통신품 위법의 섹션 230을 수정해야 한다는 압박이 증대할 수 있다.²³ 유럽 규제 당국은 이미 미국 기반의 소셜 플랫폼과 데이터 수집 기업 규제를 강화하는 강한 의지를 보여 왔다. 생성형 틀이 만든 콘텐츠를 감시하는 컴플라이언스 에이전트(compliance agent) 같은 자동화된 규정 준수 체계를 개발한다면, 플랫폼은 대규모 위반 행위를 보다 신속하게 탐지하고 대응할 수 있다.

소셜 미디어는 연결성과 투명성, 인간성의 확장을 가능하게 했지만, 동시에 정보의 파편화, 미디어의 사실상 탈규제, 악의적 행위자들의 수법 고도화 또한 초래했다. 따라서 소셜 플랫폼이 선제적으로 강력한 대응에 나서지 않는다면, 생성형 비디오는 이러한 문제를 증폭시켜 결국 사회의 닷 역할을 했던 ‘진실의 공유’라는 소셜 플랫폼의 긍정적 기능이 훼손될 위험이 있다.

Korean Perspectives

생성형 AI 영상 혁신, 국내 콘텐츠 산업의 기회와 과제

2026년을 전후로 생성형 AI 영상 기술은 콘텐츠 산업의 제작 방식과 경쟁 구도를 빠르게 바꾸고 있다. 이제 영상 제작은 더 이상 대규모 자본과 인력의 영역이 아니다. AI를 활용하면 개인이나 소규모 팀도 저비용·고효율로 고품질 콘텐츠를 만들 수 있는 환경이 형성되고 있다. 이 변화와 함께 개인 창작자와 소셜 플랫폼의 영향력은 크게 확대되고 있으며, 속풀 콘텐츠와 디지털 광고 시장 역시 더욱 빠른 성장 국면에 접어들고 있다. 반면, 기존 미디어와 스트리밍 서비스는 제작비 부담, 제작 속도, 실험 역량 측면에서 새로운 경쟁 압력을 받고 있다.

이러한 변화의 핵심에는 AI 기반 제작 파이프라인의 자동화가 있다. 기획부터 편집, 다국어 더빙, 배포, 성과 분석까지 전 과정이 자동화되면서 콘텐츠는 ‘완성도 높은 한 편’을 만드는 방식에서 벗어나, ‘여러 버전을 빠르게 실험하고 검증하는 방식’으로 생산·유통되고 있다. 기업의 경쟁력 역시 개별 작품의 완성도보다는, 얼마나 많은 시도를 빠르게 실행하고 데이터를 통해 최적화할 수 있는지에 의해 결정되는 구조로 이동하고 있다.

창작자 생태계도 빠르게 재편되고 있다. 독립 창작자와 소규모 스튜디오는 AI와 데이터 기반 제작 역량을 무기로 플랫폼과 보다 대등한 위치에 서기 시작했다. 플랫폼과 브랜드가 이들을 여전히 단순한 콘텐츠 공급자로만 인식할 경우, 우수 인재와 IP는 다른 플랫폼으로 이동할 가능성이 높다. 수익 배분 구조, 데이터 접근권, 멀티 플랫폼 배급 전략을 포함한 협력 방식의 재설계가 불가피해진 이유다. 한편 콘텐츠 과잉과 신뢰 약화라는 부작용도 함께 커지고 있다. 반복적이고 저품질의 AI 콘텐츠, 저작권 침해, 조작 영상과 허위 정보의 확산은 플랫폼 신뢰도를 직접적으로 위협한다. 영상이 더 이상 사실을 자동적으로 증명하는 수단으로 받아들여지지 않는 환경에서, 신뢰를 관리하는 역량은 기술 경쟁력 못지않은 핵심 요소가 되고 있다.

규제 환경 역시 빠르게 움직이고 있다. AI 콘텐츠 라벨링, 워터마킹, 출처 추적, 연령 인증 등 플랫폼 책임을 강화하는 제도들이 미국과 유럽을 중심으로 본격화되고 있으며, 국내 기업 역시 이러한 흐름을 전제로 사업과 기술 전략을 설계해야 하는 단계에 접어들었다. 이러한 변화에 대응하기 위해 기업은 제작 자동화와 반복 실험 문화를 조직

전반에 정착시키는 한편, AI 사용 여부 표기와 원본 추적 등 신뢰 기술을 플랫폼 구조에 내재화해야 한다. 광고와 콘텐츠 제작 예산도 단일 제작비 중심에서 테스트와 성과 최적화 중심으로 전환할 필요가 있으며, 창작자와는 단기 거래가 아닌 장기적 파트너십을 기반으로 한 생태계를 구축해야 한다.

결국 생성형 AI 영상의 확산은 콘텐츠 산업에 새로운 성장 가능성을 열어주는 동시에, 신뢰와 책임의 기준을 근본적으로 다시 설정하고 있다. 이 변화에 구조적으로 대응하는 기업만이 단기 효율을 넘어, 장기적인 지속 가능성과 경쟁력을 확보할 수 있을 것이다.



유선희 파트너

한국 딜로이트 그룹
One Cyber & Resilience 파트너