

2026년
6호

KPF 미디어브리프

K P F Media Brief Webzine

“AI가 만든 허위 정보, 책임은 누가 지는가?”

독일 뮌헨 지방법원, 구글에 금지명령

김해영 | 한국언론진흥재단 선임연구위원

- ✓ 뮌헨 지방법원, ‘AI 오버뷰’의 허위 답변에 대해 구글 측 책임 인정
- ✓ AI 생성 답변으로 인한 허위 정보 피해에 대해 플랫폼의 직접 책임을 인정한 첫 사례로 평가
- ✓ AI 오버뷰, 외부 콘텐츠 중개가 아닌 구글의 ‘독립적 생성물’로 판단
- ✓ 검색엔진 등에 적용되는 플랫폼의 중개자 면책 규정 적용받을 수 없어
- ✓ 출처 링크 클릭률 1% 수준, 이용자 검증 책임 전가 논리도 기각
- ✓ AI 정확도 제고만으로 허위 정보 책임 문제 해결 어려워
- ✓ AI 생성 발화의 책임 귀속 관련 추후 논란 예상



■ AI 생성 답변의 법적 책임은 누구에게 있는가

챗GPT와 제미니 등 생성형 AI는 학습데이터에 기초해 사용자의 질문에 응답한다. 그렇다면 AI가 생성한 문장의 법적 책임은 누구에게 귀속되는가. 학습데이터 제공자인가, 원 출처의 작성자인가, 아니면 이를 생성·제공한 플랫폼인가. 지난 5월 독일 뮌헨 지방법원의 판결은 이에 대한 답변을 제시했다.

관련 판결은 한 건의 구글 검색 결과에서 촉발되었다. 뮌헨에 기반을 둔 미디어그룹 소속 두 출판사의 이름을 특정 단어와 함께 검색하자, 구글의 AI 오버뷰(AI를 통한 검색요약 서비스, 독일어 Übersicht mit KI)가 이들 출판사를 ‘사기 수법(Betrugsmasche)’, ‘구독 함정’, ‘수상한 사업 관행’과 결부시키는 답변을 검색 결과 최상단에 표시했기 때문이다. 그리고 해당 표현은 AI가 링크로 제시한 어떤 출처에도 존재하지 않았기에, 두 출판사가 법적 대응에 나선 것이다. 출판사가 이의를 제기하는 경고장(cease-and-desist)을 보냈지만, 구글은 대응 조치를 취하지 않았다.

이에 뮌헨 지방법원은 2026년 5월 28일 예비적 금지명령을 통해, 구글이 해당 허위 주장을 향후 AI 검색요약에서 반복하지 않도록 조치할 것을 명령했다¹⁾. 또한 위반 1건당 최대 25만 유로의 질서벌(Ordnungsgeld) 또는 구금을 명할 수 있으며, 구글이 소송 및 법률 비용의 80%를 부담하도록 결정했다. 즉, “AI가 생성한 문장은 누구의 말인가”라는 질문에 대해, 뮌헨 지방법원은 “그것은 플랫폼이 책임져야 할 말”이라고 답한 것으로 볼 수 있다.

■ “AI 오버뷰는 구글이 편집·재구성한 독립적 생성물”

뮌헨 지방법원은 판결문에서 검색요약을 ‘신문 가판대’에 비유했다. 지나가던 사람이 신문 1면의 큰 제목만 보고 어떤 회사를 ‘사기 기업’으로 인식했다면, 제목 한 줄만으로 이미 완결된 의미가 전달된 것으로 판단한 것이다. 독일 법원은 오래전부터 기사 제목만으로도 독자가 내용을 받아들일 수 있다면 언론사의 책임을 인정해 왔는데, 이번 판결은 이러한 법리를 AI 오버뷰에 확장해 적용한 것으로 해석된다.

동시에 뮌헨 지방법원은 AI 오버뷰가 일반적인 검색엔진 서비스와 같이 외부 웹페이지를 단순히 전달·중개한 것이 아니라, 여러 출처를 평가·조합해 만들어 낸 ‘새롭고 실질적 진술’이라고 판단했다. 일반 검색 결과가 제목·요약·링크로 제3자 페이지를 ‘가리키는’ 것이라면, AI 오버뷰는 구글이 직접 ‘쓴’ 하나의 완결된 문장이라는 의미이다. 따라서 구글은 타인의 말을 노출한 중개자가 아니라 그 말의 작성자이자 법적 책임을 질 ‘직접 침해자’로 분류됐다.

이와 같은 판단은 플랫폼이 오랫동안 누려 온 면책 논리를 벗어난 것이어서 주목된다. 과거 독일 연방대법원(BGH)은 무수히 많은 웹페이지를 사전 검열하는 것은 불가능하기에 플랫폼 사업자가 제공하는 검색·자동완성 기능에 대해서는 제한적인 책임만을 부과할 수 있다고 해석했다. 과도한 책무를 부여할 경우 검색 서비스와 관련 시장이 위축된다는 이유였다. 그러나 본 판결에서 법원은 해당 면책이 AI 오버뷰에는 적용되지 않는다고 판단했다. 누구나 출처를 확인할 수 있는 검색 결과와 달리, AI가 만든 문장은 구글 등 서비스 제공자만이 원래 출처와 대조해 점검할 수 있고, AI 오버뷰가 인터넷 검색에 필수적인 기능도 아니라고 보았기 때문이다.

1) Landgericht München I, Endurteil v. 28.05.2026 - 26 O 869/26.

<https://www.transparencycoalition.ai/news/german-court-holds-google-liable-for-ai-hallucination-read-the-full-decision-here>

구글은 자신이 EU 디지털서비스법(DSA)상 ‘호스팅 사업자’에 해당한다고 주장했고, 이용자가 출처 링크로 직접 확인할 수 있다는 논거도 제시했다. 그러나 법원은 두 항변을 모두 기각했다. AI가 생성한 답변은 타인이 작성한 콘텐츠를 단순히 저장·전달하는 것이 아니라 구글이 생성해 제공하는 결과물이며, 이용자가 사후적으로 출처를 확인할 수 있다는 사정만으로 이미 제시된 답변에 대한 책임이 면제되지는 않는다고 판단했다. 실제로 미국 퓨리서치센터(Pew Research Center)의 최근 조사²⁾에 따르면 AI 오버뷰에 포함된 출처 링크를 클릭한 경우는 약 1%에 그쳤다. 법원은 이러한 현실을 고려할 때 이용자에게 검증 책임을 전적으로 전가하기는 어렵다고 보았다.

■ 법적 판단이 갈린 핵심 쟁점

이 사건에서 구글과 법원의 입장은 AI 검색요약의 법적 성격을 두고 정면으로 엇갈렸다. 구글은 AI 오버뷰가 공개된 콘텐츠를 자동으로 요약·표시하는 기능일 뿐이므로 중개자로서만 책임을 진다고 주장했다. 반면 원천 지방법원은 이를 전면 기각하고 구글을 해당 콘텐츠의 책임 주체로 판단했다. 양측의 핵심 쟁점은 아래 표와 같다.

표 1 구글 측 주장과 원천 지방법원의 판단

쟁점	구글 측 주장	법원 판단
AI 답변의 성격	온라인 정보의 자동 요약	출처 없는 독립적 생성물
법적 지위	DSA 상 호스팅 사업자·중개자	콘텐츠 작성자·직접 침해자
책임의 발생 시점	명백한 위법 통지 후	자기 생성 콘텐츠에 대한 책임
사전 점검 의무	실효성 있는 검열 불가	자사 출력·출처 대조 가능 → 의무 인정
DSA 호스팅 면책	적용 가능	자기 생성 콘텐츠에 적용 불가
검증 책임	이용자가 링크로 확인 가능	출처 클릭률 1% → 책임 전가 불가
표현의 자유 보호	—	알고리즘 생성물은 인간 의견보다 약한 보호

법원은 이번 판결에서 표현의 자유 문제도 함께 언급했다. AI가 생성한 표현은 인간의 신념이나 의견 표현과 동일한 수준의 보호를 받기 어렵다고 본 것이다. 이로써 “기업의 AI 산출물을 어디까지 보호받는 표현으로 볼 것인가”라는 더 큰 논쟁을 예고한다.

2) Pew Research Center (2025.07.22). "Do people click on links in Google AI summaries?" <https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/07/22/google-users-are-less-likely-to-click-on-links-when-an-ai-summary-appears-in-the-results/>

■ 뮌헨 지방법원 판결의 맥락과 한계

인공지능이 생성한 허위 정보에 대해 서비스 제공자의 책임을 적시한 판례는 앞서서도 존재했다. 지난 2025년 9월 독일 프랑크푸르트 지방법원은 “검색엔진 사업자가 AI가 생성한 요약의 허위 정보에 대해 책임질 수 있다”는 원칙을 언급했다. 다만 당시 사건은 성형외과 시술 정보를 둘러싼 분쟁으로, AI 요약 내용이 전체 맥락에서 허위로 보기 어렵다는 이유로 금지명령 청구가 기각되었다. 원칙을 제시했지만, 해당 사안에서는 사실관계에 따라 원고의 주장이 인용되지 않았다. 반면, 이번 뮌헨 판결은 그 원칙을 이어받아, 명백한 허위가 인정된 사안에 대해 금지명령이 내려진 사례이다.

다만 이번 판결을 AI 사업자의 무조건적 책임 부과로 단순화하는 것은 경계해야 한다. 본안 판결이 아닌 지방법원의 예비적 금지명령인 만큼 상급심 판단을 지켜봐야 할 것이다.

그럼에도 이번 판결에 주목할 필요가 있다. AI의 정확도가 향상되더라도 책임 문제가 함께 사라지는 것은 아니다. 구글이 시간당 수익 건의 검색을 처리하는 환경에서 AI 생성 오류를 완전히 제거하기는 현실적으로 쉽지 않다. 그러나 명예훼손은 단 한 건의 허위 진술만으로도 성립할 수 있다는 점에서, 모델의 정확성 제고는 현실적인 면책 사유가 될 수 없다.

제도적 배경도 맞물린다. 뮌헨 법원의 논리는 AI 산출물을 수동적으로 노출된 콘텐츠가 아니라 배포자(deployer)의 책임하에 제공되는 콘텐츠로 보았다는 점에서 EU 인공지능법(AI Act)의 규제 방향성과 일치한다는 지적이다. 결국 AI 검색 제공자를 ‘발행인(publisher)’으로 볼 것인가, ‘중개자(intermediary)’로 볼 것인가라는 질문이 국제적인 차원에서 본격적으로 제기되고 있다.

■ 규제 방향이 시험대에 오르다

뮌헨 지방법원의 이번 판결은 플랫폼 사업자에게 명확한 책임을 귀속시켰다. AI 오버뷰 서비스가 출처에 없는 내용을 지어냈고, 진술이 명백하게 사실에 위배되었으며, 두 차례 시정 요구 통지에도 내용이 수정되지 않았기 때문에 가능한 판결이다.

그러나 상급법원에서 이번 금지명령이 확정되더라도 본 판례의 기준이 모든 사례에 일관되게 적용되기는 어렵다. 본 사례의 ‘사기 수법’이라는 표현은 사실관계 다툼의 여지가 적었지만, AI가 “이 업체는 평판이 좋지 않은 것으로 보인다”와 같은 평가를 제시할 경우에는 상황이 달라질 수 있다. 뮌헨 지방법원은 AI 생성 의견이 ‘알고리즘과 상업 활동의 산물’이라는 이유로 인간의 의견보다 표현의 자유 보호를 약하게 받다고 보았다. 그러나 인간이 작성한 경우에는 보호받을 수 있는 표현이 AI 생성물이라는 이유만으로 책임 대상으로 평가될 수 있다는 점에서, 사실과 의견의 구분 기준 및 표현의 자유 적용 범위를 둘러싼 추가 논의가 필요하다는 지적도 제기된다. 결국 이번 판결은 ‘AI 제공자는 생성된 진술에 대해 책임을 질 수 있다’는 방향성을 제시했지만, 그 책임의 경계는 여전히 불확실하다.

■ 국내 미디어 환경에 주는 함의

“여러 출처를 평가·조합해 새로운 문장을 만든다”는 AI 오버뷰의 생성 기준은 일반 챗봇과 RAG 기반 AI 서비스 전반에 적용되고 있다. 이에 향후 최종 판결의 방향이 주목된다. 특히 ‘AI가 한 말’을 누구의 말로 볼 것인가라는 질문은 다른 법 영역에서도 중요한 쟁점으로 제기되고 있다. EU 사법재판소는 저작권 보상과 관련해 언론사의 공정 보상 권리를 인정하는 방향(2026.5.12.)으로, 뮌헨 지방법원은 허위 정보 생성과 관련해 플랫폼의 명예훼손 책임을 인정하는 방향(2026.5.28.)으로 같은 시기에 상이한 기준에 따른 판단이 나타나기도 했다.

아직 국내에는 AI가 생성한 허위 정보에 대한 플랫폼의 책임을 직접 다룬 판례나 입법 논의가 부족한 실정이다. 그러나 국내 주요 포털도 생성형 AI 기반 검색·요약 서비스를 확대하고 있는 만큼, 유사한 법적 쟁점이 제기될 가능성은 충분하다. 생성형 AI는 기존 허위조작정보와 달리 작성자와 유통자를 명확히 구분하기 어려운 새로운 유형의 정보를 만들어 내고 있기 때문이다. 결국 이번 판결은 ‘AI가 생성한 말은 누구의 말인가’라는 질문에 대해 플랫폼의 책임을 인정한 첫 사례 중 하나라는 점에서 의미를 가진다. 향후 생성형 AI 서비스가 확대될수록 이 질문은 명예훼손뿐 아니라 저작권, 소비자 보호, 광고, 의료·금융 정보 등 다양한 영역으로 확장될 가능성이 크다. 따라서 생성형 AI 검색·요약 서비스에 대해서는 정확도 개선뿐 아니라 책임 귀속, 이의제기 절차, 피해 구제 기준을 함께 설계할 필요가 있다.

2026년
6호

KPF 미디어브리프

K P F M e d i a B r i e f W e b z i n e

발행인 김효재

편집인 임석규

기 획 한국언론진흥재단 미디어연구센터

발행일 2026년 6월 29일

한국언론진흥재단 미디어연구센터

04520 서울특별시 중구 세종대로 124 프레스센터빌딩 13층

전화 (02) 2001-7743 팩스 (02) 2001-7740

www.kpf.or.kr

편집 (주)나눔커뮤니케이션

04034 서울특별시 마포구 잔다리로7길 16 교평빌딩 304호

전화 (02) 333-7136 팩스 (02) 333-7146

©한국언론진흥재단 미디어연구센터 2026

〈KPF미디어브리프〉는 한국언론진흥재단의 정부광고 수수료로 제작되었습니다.

자세한 내용은 QR코드를 통해 확인해 주세요.

