



방송통신위원회, ‘디지털서비스 이용자 보호를 위한 다크 패턴 사례집’ 발간

2025.02.11

다크패턴은 이용자의 선택을 왜곡하거나 중요한 정보를 숨기는 등 이용자를 기만하려는 목적으로 설계된 사용자 인터페이스(User Interface, UI), 또는 사용자 경험(User Experience, UX)를 의미하며 사업자의 이익을 높이기 위해 이용자의 자율성을 저해한다는 점에서 문제로 지적되고 있습니다.

이와 관련하여 방송통신위원회는 2025년 1월 22일 온라인 상에서 이루어지고 있는 다크패턴으로 인한 이용자 피해를 줄이기 위해 온라인에서 피해가 자주 발생하는 (i) 구독형 서비스 분야와 (ii) 서비스 광고알림 및 데이터 수집 분야에서의 주요 피해 사례를 담고 있는 ‘디지털서비스 이용자 보호를 위한 다크패턴 사례집’을 발간하였습니다.

사례집은 구독형 서비스 분야에서 ▲과도한 해지방해(경로방해) ▲특정 선택 유도 ▲중요정보 숨김 등 4개 유형을, 서비스 광고·알림 및 데이터 수집 분야에서 ▲서비스 이용 방해 광고 ▲광고·알림 수신 유도 ▲광고 노출 유도 등 6개 유형을 다크패턴의 대표적인 사례로 소개하고 있습니다.

I. 구독형 서비스

구독형 서비스 분야에서는 해지절차를 복잡하게 설계하여 해지를 방해하거나, 무료 프로모션을 통해 정기 구독을 유도하는 등의 방법으로 이용자에게 불필요한 서비스의 유지나 가입을 사실상 강제하여 이용자의 금전적 부담을 초래하고, 서비스에 대한 신뢰를 저하시킨다는 지적이 있어 왔습니다. 사례집에서는 그와 관련된 다크패턴 사례를 다음과 같이 예시하고 있습니다.

1. 구독서비스의 과도한 해지 방해

1-1. 해지 메뉴 탐색을 복잡하게 설계

- 구독서비스의 메인페이지부터 해지 메뉴까지 도달하는 과정을 구독 신청 메뉴 도달 과정에 비해 과도하게 복잡하게 설정하거나, 특정 채널에서만 구독 해지 메뉴를 제공하는 등 구독 해지 신청을 위한 메뉴를 찾기 어렵도록 하는 설계

관련 사례: 방송통신위원회는 앱마켓 및 주요 구독서비스를 대상으로 인앱결제 해지 절차를 점검하였으며, 앱 내에서 인앱결제를 통한

가입은 가능한 반면 해지는 불가능한 서비스에 대해 앱 내 해지 기능을 마련하도록 개선 권고한 바 있음('22. 1.)

1-2. 해지 신청 절차를 복잡하게 설계

- 구독서비스의 해지 신청 과정에서 기존 혜택의 반복적인 강조, 해지 사유를 묻는 설문, 다른 구독 상품의 권유, 해지를 만류하는 질문 등을 추가하여 가입 절차에 비해 해지 절차를 과도하게 복잡하게 설계

관련 사례: 방송통신위원회는 주요 동영상 스트리밍 서비스와 음원 서비스를 대상으로 구독서비스 해지 절차를 점검하였으며, 가입보다 해지 단계가 복잡한 주요 구독 서비스에 대해서 필수적이지 않은 단계는 생략하여 해지 절차를 간편하게 하도록 개선 권고한 바 있음('23. 11.)

2. 구독서비스 이용 과정에서 특정 선택을 유도

- 구독 유지를 유도하기 위한 선택 버튼 설계

- 구독서비스 가입, 이용 및 해지와 관련한 의사결정 과정에서 특정 선택에 관한 설계를 과도하게 시각적으로 강조하거나 감정적인 언어를 이용하여 이용자의 선택을 제한하거나 특정 선택을 유도

3. 구독서비스의 중요사항에 대한 정보 숨김

- 중요정보를 명확히 안내하지 않고 가입을 유도하는 설계

- 구독서비스의 요금, 약정 기간, 프로모션 제공 기간, 환불 및 위약금 등 서비스 계약과 이용에 있어 중요한 정보를 명확하게 안내하지 않거나 이용자가 제대로 인지하기 어렵도록 정보를 왜곡하는 설계

관련 사례: 방송통신위원회는 구독 서비스의 가입 과정 중 일부 화면에서 부가세 표시를 생략하거나, 중도 해지가 제한된다는 사실을 명확히 안내하지 않는 등의 행위와 관련하여 시정명령을 부과한 바 있음('20. 1.)

4. 무료 프로모션을 통한 구독 유도

- 유료 구독 유도를 위한 선택 버튼 설계

- 무료 체험 프로모션을 가입하는 과정에서 이용자의 정기적 구독을 유도하기 위해 이용자의 의사를 명시적으로 확인하지 않거나 정기구독 선택을 강요하도록 설계

관련 사례: 방송통신위원회는 명시적 동의 절차를 거치지 않고 무료 체험 이용 동의를 구독 가입 의사로 간주한 서비스에 대해 시정 권고를 내린 바 있음('20. 1.)

방송통신위원회는 무료 체험 중 특정 서비스 이용을 조건으로 구독료 결제를 유도한 서비스에 대해 시정조치를 검토 중임('24. 10.)

II. 서비스 광고 알림 및 데이터 수집

대다수의 무료 디지털 서비스는 양면 시장 모델을 기반으로 광고 수익을 창출하거나 사용자 활동 데이터를 수집하여 마케팅에 활용하는데, 이로 인해 사용자에게 지나치게 많은 광고와 알림이 제공되거나, 데이터 수집을 유도하는 방식으로 서비스가 설계될 가능성이 존재합니다. 사례집에서는 그와 관련된 다크패턴 사례를 다음과 같이 예시하고 있습니다.

1. 서비스 이용환경을 방해하는 과도한 광고

1-1. 반복적인 광고·알림을 통해 서비스 이용을 방해하는 설계

- 팝업 형태의 광고·알림을 과도하게 반복적으로 노출시키고, 광고·알림을 닫는 것을 어렵게 만들어 이용자의 서비스 이용을 방해하는 설계

관련 사례: 방송통신위원회는 '17. 5., '22. 7., '22. 12. 등 정기적으로 온라인 포털 및 쇼핑몰에 대한 '플로팅 광고' 운영실태를 점검하고 있으며, 광고의 삭제를 제한하는 업체에 대해서는 행정지도와 교육을 통해 개선을 유도하고 있음

1-2. 서비스의 일부를 과도하게 가리는 형태의 광고 설계

- 전체화면의 형태로 서비스의 대부분을 가리거나, 콘텐츠의 상당한 부분을 가리는 형태로 광고를 노출시키고, 이에 대한 삭제를 어렵게 만들어 이용자의 서비스 이용을 방해하는 설계

2. 광고·알림을 수신하도록 이용자의 선택 유도

2-1. 모바일 알림 수신 동의를 유도하는 설계

- 모바일 환경에서 웹사이트로 서비스 접속 시 모바일 앱 이용을 유도하고, 모바일 앱에서 발신되는 알림 수신을 동의하는 선택을 유도하는 선택 버튼을 시각적으로 과도하게 눈에 띄게 설계하거나 감정적 문구를 과도하게 사용하여 이용자의 선택을 유도하는 설계

2-2. 이메일 광고 구독 취소를 방해하는 설계

- 구독을 통해서 정기적으로 전달되는 광고 메일에 대해서 메일 본문 내에 구독 취소 버튼을 눈에 띄지 않게 배치하여 광고 수신 중단을 방해하는 설계

3. 원치 않는 광고 노출을 유도

- 이용자의 의도에 반하는 광고 노출 설계

- 광고 표시가 되어 있지 않는 일반적인 링크를 클릭하였는데, 예상과 다르게 광고가 등장하고, 이후 이용자가 광고를 원하지 않아 뒤로가기 등 광고를 탈출하려 시도하였으나 또 다른 광고가 등장하는 설계

4. 모호한 광고 표시

- 모호한 표시로 정보와 광고를 오인하도록 하는 설계

- 검색 및 필터링 조건을 통해 도출된 결과에서 광고인 것과 광고가 아닌 것에 대한 경계를 모호하게 표시하거나, 이용자가 오인하기 쉽도록 배치하는 설계. 또한, 특정 결과가 광고라는 표시를 눈에 띄지 않게 설계하여 이용자의 의도와는 다르게 광고 클릭을 유도할 우려가 있는 설계

5. 베타버전의 소프트웨어 사용 유도

- 과도한 업데이트 알림을 통해 서비스 이용을 방해하는 설계

- 과도하게 반복적으로 알림 및 알림창 단기를 제한하여 상용화 이전의 베타버전 소프트웨어 업데이트를 유도

6. 이용자 활동 데이터 수집 유도

- 데이터 수집에 동의하는 선택을 유도하는 설계

- 서비스 실행 시 이용자 데이터의 수집에 동의를 요청하는 과정에서 데이터 수집에 대해 이용자가 오인할 가능성이 있는 과장된 표현을 사용하거나, 특정 선택을 유도하기 위해 버튼, 문구 등을 시각적으로 과도하게 눈에 띄게 설계

시사점

- 고객이 선택하도록 사업자가 유도하는 행위가 상거래 관행에 어긋나지 않는 한 합법적으로 인정된다는 점에서 규제 대상인 다크패턴과 그렇지 않은 패턴을 구분하는 것이 쉽지 않은데, 이번 사례집 발간은 방송통신위원회가 규제하려 하는 대표적인 다크패턴 사례를 소개했다는 점에서 그 의의가 있습니다.
- 디지털 서비스가 진화함에 따라 향후에도 새로운 다크패턴 사례들이 점차 늘어날 것으로 전망됩니다. 이에 따라 방송통신위원회는 다크패턴에 대해 앞으로도 면밀히 모니터링 하며 디지털 환경에서의 투명성을 높이기 위해 노력할 것으로 예상됩니다.
- (i) 방송통신위원회는 그간 다크패턴 행위에 대해 시정 권고한 바 있고, 이용자 피해가 클 것으로 우려되는 경우 전기통신사업법 상 금지행위로 판단하겠다고 밝히고 있다는 점, (ii) 최근 다크패턴 규제를 강화하는 내용으로 전자상거래법이 개정되었다는 점, (iii) 개인정보보호위원회 또한 다이렉트 자동차보험 판매 손해보험사의 동의받는 방법에 대하여 다크패턴으로 의율하여 제재('24.12.)한 바 있다는 점 등을 고려할 때 다크패턴과 관련한 Compliance 점검이 필수적이라고 할 것입니다.
- 강화된 이용자 보호를 위해 사업자들에 대한 규제는 지속적으로 강도가 높아질 것으로 예상되므로 사업자들은 UI, UX 등에 위법 요소가 없는지 사전에 점검하여 대비할 필요가 있습니다.

About Shin & Kim's ICT Group

법무법인(유) 세종 ICT그룹은 ICT 분야의 차별화된 전문성과 인적 네트워크를 보유하고 있으며, 고객들로부터 최근 수년간 가장 높은 평가를 받고 있습니다. 방송과 통신, 개인정보, 인터넷 IT 분야에서 축적된 역량을 바탕으로 방송·통신·ICT 규제 동향 파악 및 대관, 법제개선·입법컨설팅, 규제영향력 분석과 기업의 전략 수립 등에 대한 종합적인 법률자문을 제공하고 있습니다. 조직 내 거버넌스 구축, Compliance 점검 등에 있어서도 전문성을 보유하고 있습니다. 등과 관련하여서도 다양한 업무경험과 전문성을 보유하고 있으므로, 보다 전문적인 내용이나 궁금하신 사항이 있으면 언제든지 연락 주시기 바랍니다.

관련구성원

강신욱

대표변호사

02-316-4059

sokang@shinkim.com

안정호

변호사

02-316-2891

jhahn@shinkim.com

이지은

선임연구위원

02-316-1720

jeunlee@shinkim.com

장준영

변호사

02-316-4985

jyojang@shinkim.com

윤호상

변호사

02-316-2584

hsyoon@shinkim.com

유현정

변호사

02-316-1865

hjyoo@shinkim.com