



다크패턴 관련 규제동향

2023.08.07

현 정부 국정과제 중 하나로 ‘플랫폼 분야 거래질서 공정화를 위한 소비자 기만행위의 시정’이 포함되고, 공정거래위원회, 개인정보보호위원회, 방송통신위원회 등 여러 정부 부처의 2023년 업무 추진계획에 ‘다크패턴에 대한 규제방안 마련’이 포함된 이래, 최근 국회 및 여러 정부기관에서 전방위적으로 다크패턴에 대한 규제 움직임이 파악되고 있습니다.

박대출 국민의힘 정책위 의장이 4/21(금) ‘[온라인 다크패턴 근절 대책 당정 협의회](#)’를 통해 다크패턴 근절을 위한 전자상거래법 개정 의지를 강력하게 밝힌 만큼 다크패턴에 대한 규제 움직임은 추후 가속화될 것으로 전망됩니다.

특히 공정거래위원회는 7/31(월) ‘[온라인 다크패턴 자율관리 가이드라인](#)’을 제정하였는데, 이하에서는 국회 및 각 부처별 다크패턴 관련 규제 움직임을 살펴보도록 하겠습니다.

1. 국회 법안 동향

송석준 의원은 4/20(목) 온라인상 다크패턴으로 인한 소비자 피해를 예방하기 위한 전자상거래법 개정안을 발의하였습니다. 이외에 다크패턴 관련하여 국회에 3개의 전자상거래법 개정안 및 1개의 개인정보보호법 개정안들이 발의되어 있는 상태입니다.

기존 개정안의 내용이 다소 추상적이었던 것에 비해, 송석준 의원안은 금지되는 다크패턴의 유형을 구체적으로 정의하였습니다.

구분	주요 내용
전자상거래법 일부개정법률안 '23.4.20. 송석준	전자상거래사업자, 통신판매업자 등에 대해 결제대금 증액 및 유료전환시 통지의무, 총비용 표시의무 규정 신설. 총비용이 아닌 일부금액만 고지, 다른 상품거래청약 유인행위, 특정 항목선택 유인행위, 취소·탈퇴·해지 방해행위, 선택내용의 변경을 팝업창으로 반복적으로 요구하는 행위를 금지행위로 규정
전자상거래법 일부개정법률안 '23.3.22. 김용판	전자상거래사업자, 통신판매업자에 대해 자동 결제를 유도하거나 동의 없이 자동갱신되어 계속 결제되도록 하는 행위 및 탈퇴를 방해하는 행위를 금지행위로 규정
전자상거래법 일부개정법률안 '22.7.1. 이성만	전자상거래사업자, 통신판매업자에 대해 소비자의 조작 실수 등으로 인한 의사표시의 착오 등으로 발생하는 피해를 방지할 수 있도록 사용자 인터페이스를 설계할 의무를 부여

<p>전자상거래법 일부개정법률안 '22.6.14. 이용우</p>	<p>전자상거래사업자, 통신판매업자에 대해 사용자 인터페이스를 설계, 수정 또는 조작하여 소비자의 합리적인 의사결정을 방해하는 행위를 금지행위로 규정</p>
<p>개인정보보호법 일부개정법률안 '23.2.27. 이인영</p>	<p>정보주체가 의도하지 아니하거나 정보주체의 권리를 침해하는 결정을 하도록 유도하는 방법으로 개인정보처리자가 개인정보를 수집하는 것을 금지하고, 이를 위반할 경우 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처하도록 규정하여 다크패턴을 활용한 개인정보처리자의 개인정보 수집을 제한</p>

2. 정부 규제 동향

(공정거래위원회) 공정거래위원회는 2023.7.31. 온라인 다크패턴 자율관리 **가이드라인을 제정**하였습니다. 이 가이드라인은 지난 4/21 당정협의회에서 발표한 ‘온라인 다크패턴으로부터 소비자 피해 방지를 위한 정책방향’에 따른 후속조치의 일환입니다. 공정위는 가이드라인에 그치지 않고 **법적 근거 마련이 필요한 유형에 대해서는 전자상거래법 개정 및 다크패턴 실태조사** 등의 후속조치도 추진하겠다고 밝혔습니다.

- 가이드라인의 적용대상은 전자상거래법에 따른 전자상거래 등과 표시광고법상 표시·광고가 온라인 상으로 이루어지는 경우이며, 다만 법적 구속력이 없고 그 내용이 범위만 여부 판단의 기준으로 적용되지는 않습니다.
- 가이드라인은 다크패턴을 크게 편취형·오도형·방해형·압박형 4개의 유형과 19개 세부유형으로 구분하였는데, **4/21 당정협의회에서 발표한 정책방향**은 이 중 6개 유형에 대해서는 추가적인 법적 근거 마련이 필요하다고 보았고, 7개 유형에 대해서는 현행법으로 규율이 가능하다고 보았습니다. 나머지 6개 유형은 그 자체로는 소비자 피해유발 정도가 크다고 할 수 없어, 다른 기만행위와 결합되지 않는 한 특별히 법적 규제 필요성은 낮다고 분류하였습니다.
- 이하에서는 다크패턴 가이드라인에서 제시하고 있는 세부유형별 내용과 대표적인 사업자 관리사항을 정책방향에서 분류한 규율 필요성에 따라 구분하여 살펴보도록 하겠습니다.

[법적 근거 마련이 필요한 다크패턴 유형]

범주 구분	세부유형	내용
편취형	숨은갱신	<p>(내용) 서비스가 무료에서 유료로 전환되거나 결제대금이 증액될 때 소비자에게 별도의 동의나 고지 없이 계약을 자동 갱신하고 그 대금이 자동 결제되도록 하는 행위</p> <p>(사업자 관리사항) 유료 전환 또는 대금 증액과 관련하여 소비자의 명확한 동의를 받고, 유료 전환 또는 대금 증액 7일 전까지 소비자에게 변경의 주요사항을 통지할 필요가 있음</p>
	순차공개 가격책정	<p>(내용) 상품 검색결과가 나타나는 첫 페이지에는 일부러 가격을 낮게 표시하고, 결제가 진행됨에 따라 숨겨진 가격들을 차츰 보여주며 나중에 그 모두를 더한 금액을 최종가격으로 청구하는 행위</p> <p>(사업자 관리사항) 상품 판매 페이지에 가격을 표시할 때 소비자의 선택권이 없는 필수적인 비용을 모두 포함하여 표시하는 것이 바람직함</p>
오도형	잘못된 계층구조	<p>(내용) 소비자에게 불리하거나 사업자에게 유리한 선택항목을 시각적으로 두드러지게 표시하여 소비자로 하여금 그 항목이 유일하거나 반드시 선택해야만 하는 것처럼 오인하게 만드는 행위</p>

		(사업자 관리사항) 소비자의 어떤 선택이 필요한 상황에서 화면을 구성할 때 각 선택사항의 크기나 모양, 색깔을 대등하게 표시할 필요가 있다고 보았으며, 그 예시로 취소 버튼의 색깔을 회색으로 바탕화면과 비슷하게 표시함으로써 마치 버튼이 존재하지 않거나 누를 수 없는 상태인 것처럼 표시하는 경우를 들고 있음
	특정옵션의 사전선택	(내용) 사업자에게 유리한 선택사항(옵션)을 미리 선택해놓고 소비자가 이를 무심코 지나치도록 유도하여 그대로 수용하게 하는 행위 (사업자 관리사항) 소비자의 동의나 선택이 필요한 경우, 사업자는 소비자가 이를 선택하는 행위 (클릭 또는 터치 등)를 해야만 그 선택의 효과가 발생하도록 인터페이스를 구성하는 것이 바람직
방해형	취소·탈퇴 등의 방해	(내용) 구매·계약체결·회원가입 등의 절차보다 그 취소·해지·탈퇴 등의 절차를 복잡하게 하거나 그 방법을 제한하여 소비자의 자유로운 취소·해지·탈퇴 등을 방해하는 행위 (사업자 관리사항) 사업자는 소비자가 구매 또는 회원가입을 한 것과 같은 방법으로 그 취소·탈퇴 등을 할 수 있게 할 필요가 있으며, 소비자가 계약 취소·탈퇴할 때 그 구매·회원가입 시보다 더 간소하거나 최소한 비슷한 절차를 거치도록 할 필요가 있음
압박형	반복간섭	(내용) 팝업창 등을 통해 특정 행위를 반복적으로 요구하여 소비자가 그 행위를 하도록 압박하는 행위 (사업자 관리사항) 소비자가 이미 선택한 내용에 대해 한 번 정도는 그 결정을 반복할 것인지 다시 물을 수 있으나, 같은 질문을 두 번 이상 하는 행위는 자제할 필요가 있으며, 소비자의 선택·결정을 반복하기 위해 제공하는 팝업창 등에 그러한 요구를 일정 기간 동안 받지 않을 수 있는 선택사항을 제공하는 것이 바람직함

[현행법으로 규율 가능한 다크패턴 유형]

범주 구분	세부유형	내용
오도형	거짓 할인	(내용) 할인에 관한 정보를 거짓으로 표시해 소비자가 높은 가격에 상품을 구매하게 유도하는 행위 (사업자 관리사항) 상품의 가격 할인과 관련된 정보를 소비자에게 거짓으로 제공할 경우 전자상거래법 제21조제1항제1호 또는 표시광고법 제3조제1항에 위반될 수 있으므로 주의할 필요가 있으며 따라서 사업자는 기준가격과 판매가격, 할인율 등의 정보를 사실에 부합하게 기재하여 소비자에게 제공하여야 함
	거짓 추천	(내용) 사업자가 자신에게 불리한 이용후기를 삭제하거나 유리한 이용후기를 거짓으로 작성하는 행위 (사업자 관리사항) 사업자가 임의로 자신에게 불리한 소비자의 이용후기나 평가를 삭제하거나 소비자에게 보이지 않도록 배치하는 행위, 또는 자신에게 유리한 이용후기나 평가를 거짓으로 작성하는 행위는 전자상거래법 제21조제1항제1호 또는 표시광고법 제3조제1항에 위반될 수 있으므로 주의할 필요가 있음
	유인 판매	(내용) 실제로는 판매되지 않는 이른바 미끼상품을 마치 판매중인 것처럼 거짓으로 표시·광고함으로써 소비자를 유인하는 행위 (사업자 관리사항) 전자상거래법 제21조제1항제1호 또는 표시광고법 제3조제1항에 위반될 수

		있으므로 주의할 필요가 있으며, 원래 재고가 있었으나 소비자가 모두 구매하여 재고가 없는 상태가 된 경우, 가급적 빠른 시간 내에 이를 수정할 필요가 있음
	위장 광고	(내용) 광고를 마치 광고가 아닌 다른 콘텐츠인 것처럼 위장해서 소비자에게 제공하는 행위 (사업자 관리사항) 사업자는 자신이 직접 또는 타인에게 위탁하여 경제적 대가를 제공하고 콘텐츠(광고물)를 제작할 경우 광고라는 사실을 명확히 표시하여야 하고 만약 소비자에게 제공한 콘텐츠가 광고임에도 그 사실을 명확히 표시하지 않았을 경우 전자상거래법 제21조제1항제1호 또는 표시광고법 제3조제1항에 위반될 수 있음
	속임수 질문	(내용) 소비자가 의도하지 않은 대답이나 선택을 하도록 속임수를 써서 질문하는 행위, 또는 매우 주의 깊게 보아야만 정확히 알 수 있는 내용을 묻는 행위 (사업자 관리사항) 전자상거래법 제21조제1항제1호에 위반될 수 있으므로 주의할 필요가 있으며, 사업자는 소비자가 어떤 의사표시를 할 때 어떤 내용에 대해 동의 또는 거부했는지를 명확히 알 수 있도록 질문과 화면을 구성하도록 노력해야 함
방해형	숨겨진 정보	(내용) 소비자가 상품의 구매를 결정할 때 필요한 중요한 정보를 은폐·누락·축소시켜 알기 어렵게 하는 행위 (사업자 관리사항) 소비자에게 상품에 관한 중요한 정보를 제대로 표시하지 않거나 이를 은폐·누락·축소하는 방법으로 소비자를 유인할 경우 전자상거래법 제13조제2항 또는 제21조제1항제1호에 위반될 가능성이 있으므로 주의하여야 함
	가격비교 방해	(내용) 여러 상품 사이에 가격이나 판매조건에 대한 비교를 어렵게 만드는 행위 (사업자 관리사항) 통신판매중개업자는 입점사업자가 잘못된 입력한 정보로 인해 발생하는 가격 비교 방해 행위에 대해서는 책임이 없으나, 상품의 정보가 정확하게 비교될 수 있도록 상품 정보의 입력 란과 상품 검색 결과 출력 란 등 인터페이스를 구성하도록 노력하여야 함

[그 자체로는 소비자 피해유발 정도가 크다고 보기 어려운 다크패턴 유형]

범주 구분	세부유형	내용
편취형	몰래 장바구니 추가 ¹	(내용) 소비자가 선택하지 않은 상품을 사이버몰이 제공하는 장바구니에 몰래 끼워넣어 결제하도록 유도하는 행위 (사업자 관리사항) 전자상거래법 제13조제2항, 제14조제2항, 제21조제1항제4호 등에 위반될 수 있으므로 주의할 필요가 있음
방해형	클릭 피로감 유발	(내용) 소비자가 유리한 옵션을 선택하거나 원하는 정보를 구하기 위해서는 많은 클릭(터치)이 필요하도록 만들어 소비자 스스로 피로감을 느껴 자신에게 유리한 옵션 선택이나 정보수집을 포기하도록 유도하는 행위 (사업자 관리사항) 사업자는 소비자가 사이버몰을 효율적으로 이용할 수 있는 환경을 조성할 필요가 있음
압박형	감정적 언어사용	(내용) 감정을 자극하는 언어적 표현을 통해 소비자가 특정 행동을 하도록 압박하는 행위 (사업자 관리사항) 단순히 감정적인 표현을 사용하는 것 자체가 문제되지는 않으나, 소비자가 그 표현의 의미를 정확하게 이해할 수 없는 정도가 되어서는 안됨
	시간제한 알림	(내용) 특정시간 또는 특정기간에만 할인된 가격으로 상품 구매가 가능하다고 표시하여 소비

		자의 의사결정을 압박하는 행위 (사업자 관리사항) 소비자에게 시간 제한 내용을 거짓으로 알릴 경우 전자상거래법 제21조 제1항제1호 또는 표시광고법 제3조제1항에 위반될 수 있으므로 주의하여야 함
	낮은 재고 알림	(내용) 재고가 없거나 수요가 높다는 내용을 표시하여 소비자의 의사결정을 압박하는 행위 (사업자 관리사항) 소비자에게 상품의 재고 상황을 거짓으로 알릴 경우 전자상거래법 제21조제1항제1호 또는 표시광고법 제3조제1항에 위반될 수 있으므로 주의하여야 함
	다른 소비자의 활동 알림	(내용) 최근 해당 상품을 보거나 구매한 소비자의 수를 표시하여 해당 상품의 구매를 망설이게 하는 소비자의 의사결정을 압박하는 행위 (사업자 관리사항) 소비자에게 다른 소비자의 활동 상태를 거짓으로 알릴 경우 전자상거래법 제21조제1항제1호 또는 표시광고법 제3조제1항에 위반될 수 있으므로 주의하여야 함

(개인정보보호위원회) 개인정보보호위원회는 22.6.17. 소비자의 비합리적 선택을 유도하는 눈속임설계(다크패턴) 사례에 관한 보도 자료를 발표하고 이어 2023년 중점 점검조사 분야에 다크패턴을 포함시켰습니다. 또한 최근 4/24(월) 고학수 위원장은 기자 간담회를 통해 ① 다크패턴을 새로운 형태의 사회 부작용으로 강조하고, ② 다크패턴에 대한 행정 지도 및 입법 보완의 의지를 밝히는 등 다크패턴에 대한 규제 가능성을 지속적으로 시사하고 있습니다.

(방송통신위원회) 방통위 역시 2023년 업무계획으로 다크패턴 등 신유형 플랫폼 이용자 피해사례 분석을 명시한 바 있습니다. 하반기에는 다크패턴과 관련된 정책 마련을 추진할 가능성이 높습니다.

3. 시사점

국회 및 정부 모두 온라인 플랫폼에서 이루어지는 다크패턴에 대하여 높은 관심을 보이고 있으며 다크패턴이 문제되는 구체적인 피해사례를 조사하고 점검할 것으로 예상됩니다.

다크패턴에 대한 국회 및 각 부처별 규제동향을 면밀히 파악하고, 사업자들은 온라인으로 제공되는 서비스에 다크패턴이 존재하는지 여부에 대하여 사전에 점검하여 소비자 피해를 예방할 필요가 있습니다.

¹ 공정거래위원회는 현행법상 이런 유형의 행위를 방지하기 위한 법적 장치가 이미 완비되어 있어 국내에 피해사례가 거의 확인되지 않으므로 특별히 이를 별도의 규율대상으로 삼을 필요가 없는 것으로 판단하였습니다.

[\[English version\]](#) Update on the Regulatory Trends on Dark Patterns

관련구성원

강신욱

대표변호사

02-316-4059

sokang@shinkim.com

윤호상

변호사

02-316-2584

hsyoon@shinkim.com

황정현

변호사

02-316-1775

jhhwang@shinkim.com

강지현

변호사

02-316-1518

jhykang@shinkim.com