

August 1, 2023

‘다크패턴’에 대한 공정위 가이드라인 발표

공정거래위원회(이하 “공정위”)는 2023년 주요 업무 추진계획에서 눈속임 상술, 즉 ‘다크패턴(Dark Pattern)’에 대해 실효적 규율 방안을 마련하겠다고 발표하였고, 2023. 4. 21. 발표한 ‘온라인 다크패턴으로부터 소비자 보호를 위한 정책 방향’에서, 다크패턴에 해당하는 범위를 설정하고, 해당 범위 안에서는 시장의 자율을 최대한 존중하며 벗어나는 행위는 적극적으로 시정할 예정이라는 입장을 밝혔습니다. 그리고 2023. 7. 31. ‘온라인 다크패턴 자율관리 가이드라인’을 발표하였습니다.

다크패턴이란 소비자를 속이기 쉽도록 설계한 사용자 인터페이스(UI)를 뜻합니다. 무료 체험 서비스를 제공한 후 일정 기간이 지나면 유료 서비스로 자동 전환하거나, 회원가입 절차에 비해 해지 절차를 어렵게 설계하는 것이 대표적인 사례입니다.

I. 다크패턴 행위 유형 분류

공정위는 현실에서 나타나는 수많은 상술들을 그 양태와 소비자에게 미치는 효과 등에 따라 크게 **편취형·오도형·방해형·압박형 상술**의 4가지 유형과 19개 세부 유형으로 분류하였습니다.

범주 구분	내용	세부 유형
편취형	소비자가 알아채기 어려운 인터페이스의 작은 조작 등을 통해 비합리적 이거나 예상치 못한 지출을 유도하는 행위	숨은 갱신 순차공개 가격책정 몰래 장바구니 추가
오도형	거짓을 알리거나 통상적인 기대와 전혀 다르게 화면·문장 등을 구성해 소비자의 착각·실수를 유도하는 행위	거짓 할인 거짓 추천 유인 판매 위장 광고 속임수 질문 잘못된 계층구조 특정옵션의 사전선택
방해형	의사결정에 필요한 정보 수집·분석 등에 과도한 시간·노력·비용이 들게 만들어 합리적인 선택을 포기하도록 유도하는 행위	취소·탈퇴 등의 방해 숨겨진 정보 가격비교 방해 클릭 피로감 유발

압박형	소비자에게 심리적인 압박을 가해 특정한 행위를 하거나 하지 않도록 유도하는 행위	반복간섭 감정적 언어사용 시간제한 알림 낮은 재고 알림 다른 소비자의 활동 알림
-------------------	---	---

*음영은 현행법 상 규제가 어려우나 추가 법개정 등을 통한 규제가 필요한 사항

II. 온라인 다크패턴 자율관리 가이드라인 주요 내용

공정위는 위 가이드라인에서 다크패턴을 자율적으로 방지하고 소비자 피해를 예방하기 위한 목적으로, 사업자가 소비자에게 제공하는 온라인 인터페이스를 설계·운영할 때 고려할 사항을 다음과 같이 제시하고 있습니다.

세부 유형	내용	사업자 관리사항
숨은 갱신	서비스가 무료에서 유료로 전환되거나 결제 대금이 증액될 때, 소비자에게 별도의 동의나 고지 없이 계약을 자동 갱신하고 그 대금이 자동 결제되도록 하는 행위	- 사업자는 무료 또는 할인 요금으로 서비스를 제공한 이후에 유료로 전환되거나 대금이 증액되는 것과 관련된 정보를 소비자에게 정확히 알기 쉽게 제공하고, 유료 전환 또는 대금 증액 내용과 함께 대금이 자동결제 된다는 사실에 대해 사전에 명확한 동의를 받을 필요가 있음 - 사업자(판매자 및 전자결제업자)는 소비자에게 유료 전환 또는 대금 증액 7일 전까지 증액 또는 전환의 일시, 변동 전후의 가격, 결제 방법 등을 소비자에게 전자우편 또는 문자메시지 등의 방법으로 통지하는 것이 바람직함
순차공개 가격책정	상품 검색 결과가 나타나는 첫 페이지에는 일부러 가격을 낮게 표시하고, 결제가 진행됨에 따라 숨겨진 가격들을 차츰 보여주며 나중에 그 모두를 더한 금액을 최종가격으로 청구하는 행위	- 사업자는 상품 판매 페이지에 가격을 표시할 때 소비자의 선택권이 없는 필수적인 비용을 모두 포함하여 표시하는 것이 바람직함 - 총금액을 낮게 표시하면서 이를 기준으로 할인율을 표시할 경우 '거짓 할인' 유형에 해당하여 전자상거래법 제21조 제1항 제1호를 위반할 소지가 있으므로 주의가 필요함
몰래 장바구니 추가	소비자가 선택하지 않은 상품을 사이버몰이 제공하는 장바구니에 몰래 끼워 넣어 결제하도록 유도하는 행위	소비자가 선택하지 않은 상품을 장바구니에 몰래 넣어 결제하게 만들면 전자상거래법 제13조 제2항, 제14조 제2항, 제21조 제1항 제4호 등에 위반될 수 있으므로 주의가 필요함

거짓 할인	할인에 관한 정보를 거짓으로 표시해 소비자가 높은 가격에 상품을 구매하게 유도하는 행위	- 사업자는 기준가격과 판매가격, 할인율 등의 정보를 사실에 부합하게 기재하여 소비자에게 제공하여야 함 - 상품의 가격 할인과 관련된 정보를 소비자에게 거짓으로 제공할 경우 전자상거래법 제21조 제1항 제1호 또는 표시광고법 제3조 제1항에 위반될 수 있으므로 주의가 필요함
거짓 추천	사업자가 자신에게 불리한 이용 후기를 삭제하거나 유리한 이용 후기를 거짓으로 작성하는 행위	사업자가 임의로 자신에게 불리한 소비자의 이용 후기나 평가를 삭제하거나 소비자에게 보이지 않도록 배치하는 행위, 또는 자신에게 유리한 이용 후기나 평가를 거짓으로 작성하는 행위는 전자상거래법 제21조 제1항 제1호 또는 표시광고법 제3조 제1항에 위반될 수 있으므로 주의가 필요함
유인판매	실제로는 판매되지 않는 이른바 미끼상품을 마치 판매 중인 것처럼 거짓으로 표시·광고함으로써 소비자를 유인하는 행위	사업자가 보유하고 있는 재고가 없음에도 마치 재고가 있는 것처럼 거짓 사실을 표시·광고할 경우 전자상거래법 제21조 제1항 제1호 또는 표시광고법 제3조 제1항에 위반될 수 있으므로 주의가 필요함
위장광고	광고를 마치 광고가 아닌 다른 콘텐츠인 것처럼 위장해서 소비자에게 제공하는 행위	- 사업자는 자신이 직접 또는 타인에게 위탁하여 경제적 대가를 제공하고 콘텐츠(광고물)를 제작할 경우 광고라는 사실을 명확히 표시하여야 함 - 소비자에게 제공한 콘텐츠가 광고임에도 그 사실을 명확히 표시하지 않았을 경우 전자상거래법 제21조 제1항 제1호 또는 표시광고법 제3조 제1항에 위반될 수 있으므로 주의가 필요함
속임수 질문	소비자가 의도하지 않은 대답이나 선택을 하도록 속임수를 써서 질문하는 행위, 또는 매우 주의 깊게 보아야만 정확히 알 수 있는 내용을 묻는 행위	- 사업자가 소비자에게 속임수 질문을 할 경우 전자상거래법 제21조 제1항 제1호에 위반될 수 있으므로 주의가 필요함 - 사업자는 소비자가 어떤 의사표시를 할 때 어떤 내용에 대해 동의 또는 거부했는지를 명확히 알 수 있도록 질문과 화면을 구성하여야 함
잘못된 계층구조	소비자에게 불리하거나 사업자에게 유리한 선택항목을 시각적으로 두드러지게 표시하여 소비자로부터 하여금 그 선택항목이 유일하거나 반드시 선택해야만 하는 것처럼 오인하게 만드는 행위	사업자는 소비자가 어떤 의사표시(선택-거부, 동의-비동의, 구매-취소 등)를 해야 하는 상황에서 그 선택사항에 관한 화면을 구성할 때 소비자가 선택할 수 있는 각 선택사항의 크기나 모양 또는 색깔을 고려하여 명확히 구분되도록 표시하는 것이 바람직함

특정 옵션사전 선택	사업자에게 유리한 선택사항(옵션)을 미리 선택해 놓고 소비자가 이를 무심코 지나치도록 유도하여 그대로 수용하게 하는 행위	• 소비자의 동의나 선택이 필요한 경우, 사업자는 소비자가 이를 선택하는 행위(클릭 또는 터치 등)를 해야만 그 선택의 효과가 발생하도록 인터페이스를 구성하는 것이 바람직함
취소·탈퇴 등의 방해	구매·계약체결·회원가입 등의 절차보다 그 취소·해지·탈퇴 등의 절차를 복잡하게 하거나 그 방법을 제한하여 소비자의 자유로운 취소·해지·탈퇴 등을 방해하는 행위	• 사업자는 소비자가 구매 또는 회원가입을 한 것과 같은 방법으로 그 취소·탈퇴 등을 할 수 있게 할 필요가 있음 • 소비자에게 법률에 규정된 것과 달리 잘못된 청약철회 기간을 알려주는 행위는 전자상거래법 제21조 제1항 제1호에 위반될 수 있으므로 주의가 필요함
숨겨진 정보	소비자가 상품의 구매를 결정할 때 필요한 중요한 정보를 은폐·누락·축소시켜 알기 어렵게 하는 행위	• 소비자에게 상품에 관한 중요한 정보를 제대로 표시하지 않거나 이를 은폐·누락·축소하는 방법으로 소비자를 유인할 경우 전자상거래법 제13조 제2항 또는 제21조 제1항 제1호에 위반될 가능성이 있으므로 주의가 필요함
가격 비교 방해	여러 상품 사이에 가격이나 판매 조건에 대한 비교를 어렵게 만드는 행위	• 통신판매중개업자는 입점사업자가 잘못 입력한 정보로 인해 발생하는 가격 비교 방해 행위에 대해서는 책임이 없음. 다만, 상품의 정보가 정확하게 비교될 수 있도록 상품 정보의 입력란과 상품 검색 결과 출력란 등 인터페이스를 구성하도록 노력하여야 함 • 사업자는 가격, 판매량, 출시 일자 등 재화 등의 노출 기준과 관련하여 해당 기준에 대한 정보를 소비자에게 알기 쉬운 방법으로 설명하는 것이 바람직함
클릭 피로감 유발	소비자가 유리한 옵션을 선택하거나 원하는 정보를 구하기 위해서는 많은 클릭(터치)이 필요하도록 만들어 소비자 스스로 피로감을 느껴 자신에게 유리한 옵션 선택이나 정보 수집을 포기하도록 유도하는 행위	• 사업자는 소비자가 사이버물을 효율적으로 이용할 수 있는 환경을 조성할 필요가 있음 • 특정 메뉴에 쉽게 도달할 수 있게 그 경로를 단순하게 구성할 수 있음에도 일부러 여러 메뉴를 거쳐 도달하게끔 구성하거나, 특정한 선택을 하려면 불필요한 여러 가지 질문에 응답하도록 하는 등의 행위는 자제하는 것이 바람직함
반복간섭	팝업창 등을 통해 특정 행위를 반복적으로 요구하여 소비자가 그 행위를 하도록 압박하는 행위 (‘반복’은 동일한 요구를 2회 이상 하는 경우로서, 하나의 서비스 이용 절차 또는 의사결정 과정 중 동일한 요구가 반복되는 경우를 의미)	• 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 있음 • 소비자의 선택·결정을 반복하기 위해 제공하는 팝업창 등에 그러한 요구를 일정 기간 받지 않을 수 있는 선택사항을 제공하는 것이 바람직함

감정적 언어 사용	감정을 자극하는 언어적 표현을 통해 소비자가 특정 행동을 하도록 압박하는 행위	단순히 감정적인 표현을 사용하는 것 자체가 문제되지는 않으나, 소비자가 그 표현의 의미를 정확하게 이해할 수 없는 정도가 되어서는 안 됨
시간제한 알림	특정 시간 또는 특정 기간에만 할인된 가격으로 상품 구매가 가능하다고 거짓으로 표시하여 소비자의 의사결정을 압박하는 행위	소비자에게 시간제한 내용을 거짓으로 알릴 경우 전자상거래법 제21조 제1항 제1호 또는 표시광고법 제3조 제1항에 위반될 수 있으므로 주의가 필요함
낮은 재고 알림	재고가 없거나 수요가 높다는 내용을 거짓으로 표시하여 소비자의 의사결정을 압박하는 행위	소비자에게 상품의 재고 상황을 거짓으로 알릴 경우 전자상거래법 제21조 제1항 제1호 또는 표시광고법 제3조 제1항에 위반될 수 있으므로 주의가 필요함
다른 소비자의 활동 알림	최근 해당 상품을 보거나 구매한 소비자의 수를 거짓으로 표시하여 해당 상품의 구매를 망설이는 소비자의 의사결정을 압박하는 행위	소비자에게 다른 소비자의 활동 상태를 거짓으로 알릴 경우 전자상거래법 제21조 제1항 제1호 또는 표시광고법 제3조 제1항에 위반될 수 있으므로 주의가 필요함

III. 시사점

공정위는 가이드라인 발표 외에도 다크패턴 실태조사 등의 후속 조치 역시 차질 없이 추진하여 다크패턴으로 인한 소비자 피해 방지를 위해 노력할 계획이라는 입장을 밝혔습니다. 또한, 공정위는 현행법상 규제가 어려우나 규제가 필요한 유형의 행위들에 대해서는 다크패턴 행위에 대한 금지규정을 신설하는 방안도 논의하고 있습니다. 실제 국회에서는 다크패턴 규제와 관련된 4건의 전자상거래법 일부개정안이 발의되어 현재 정무위원회 계류 중입니다.

이러한 동향을 고려할 때, 공정위는 다크패턴에 대하여 지속적인 모니터링을 하고 이를 통해 법 위반 의심 사례가 확인될 경우 연내 사건화할 것으로 예상되는바, 이에 대비하여 관련 표시 등을 사전에 재점검할 필요가 있을 것으로 생각됩니다.

관련 구성원

강 일

변호사

T 02.3404.0689

E il.kang@bkl.co.kr

김 보 연

변호사

T 02.3404.6550

E boyen.kim@bkl.co.kr